

Criterios y estrategias para la promoción del uso del euskera en el ámbito socioeconómico y para un acercamiento más sistemático y eficaz a la normalización lingüística

*Consejo Asesor del Euskera Consejo Asesor del Euskera Consejo Asesor del Euskera
Consejo Asesor del Euskera Consejo Asesor del Euskera Consejo Asesor del Euskera*

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA

Criterios y estrategias para la promoción del uso del euskera en el ámbito socioeconómico y para un acercamiento más sistemático y eficaz a la normalización lingüística

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

KULTURA SAILA
Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Viceconsejería de Política Lingüística

Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Vitoria-Gasteiz, 2005

Criterios y estrategias para la promoción del uso del euskera en el ámbito socioeconómico y para un acercamiento más sistemático y eficaz a la normalización lingüística. – 1ª ed. – Vitoria-Gasteiz : Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia = Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2005

p. ; cm

Contiene, además, con portada y paginación propias, texto contrapuesto en euskera: «Esparru sozioekonomikoan euskara biziberritu eta...»

ISBN 84-457-2267-0

1. Lengua vasca-Normalización. I. Euskadi. Viceconsejería de Política Lingüística. II. Título (euskera).

809.169-06

Edición:	1.ª enero 2005
Tirada:	1.000 ejemplares
©	Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco Departamento de Cultura
Edita:	Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco Donostia-San Sebastián, 1 - 01010 VITORIA-GASTEIZ
internet:	www.euskadi.net
Fotocomposición:	RGM, S.A.
Impresión:	RGM, S.A.
ISBN:	84-457-2267-0
Depósito Legal:	BI - 530-05

Índice

Introducción	9
Parámetros para identificar el ámbito socioeconómico	19
Trayectoria de los últimos años	23
–1990-1996: desde las clases de euskera en los centros de trabajo a los microplanes piloto	25
–1997-1999: periodo de expansión de los planes de euskera	26
–A partir de 2000: Plan General de Promoción del Uso del Euskera (EBPN), la búsqueda de un avance eficaz para el mundo del trabajo	26
–Otras iniciativas	27
Uso del euskera en el ámbito socioeconómico, mediante indicadores cuantitativos	29
–Uso del euskera, según el ámbito de utilización	31
–Situación lingüística de empresas o establecimientos de 100 o más trabajadores	33
• Competencia lingüística de los trabajadores	35
• Uso del euskera	37
–Situación lingüística de comercios al por menor, restaurantes y bares ...	42
• Uso del euskera en la comunicación oral	42
• Uso del euskera en la comunicación escrita	44
• Uso general: tipología del uso oral y escrito	45
Análisis de la situación: variables favorables y desfavorables	49
–Puntos débiles	51
–Puntos fuertes	52
–Amenazas	53
–Oportunidades	55
Buscando un acercamiento más sistemático: propuestas y pautas de trabajo ...	57
–Principales líneas de trabajo	60
• Limitación del ámbito de trabajo: diferenciación de subprogramas .	61
• Planes de euskera	68
• Aumentar la oferta de servicios y recursos	69
• Informar a la sociedad en general y a los agentes del ámbito socioeconómico en particular, sobre el proceso de normalización lingüística, haciéndoles ver que son parte del proceso	72

• Aumentar la implicación de los agentes socioeconómicos	72
• Participación coordinada de las administraciones públicas	74
• Desarrollo legislativo	74
• Formación profesional	75
• Formación continua	77
Anexo	79
Objetivos según los modelos de plan	81

Introducción

A modo de introducción y para situarnos en la cuestión, trataremos tres aspectos: el criterio sociolingüístico, el criterio demolingüístico y el contenido del Plan General de Promoción del Uso del Euskera. Ése es el contexto en el que debe situarse lo que se contempla en este informe.

Criterio sociolingüístico

Joshua Fishman es un conocido autor que ha realizado diversos trabajos en el campo de la sociología de la lengua y de la sociolingüística. En 1991, publicó el libro *Reversing Language Shift: Theoretical and Empirical Foundations of Assistance to Threatened Languages*, en el que expone —recogiendo lo anteriormente expuesto en otros libros suyos— en qué consisten los intentos para promocionar o revitalizar el uso de las lenguas (RLS en inglés), cómo se da el cambio lingüístico, la descripción de una docena de casos prácticos (incluyendo el caso del euskera), y varias reflexiones sobre la aplicación del sistema propuesto.

El modelo de Fishman se encamina al bilingüismo equilibrado, tras lograr y superar la diglosia. Para representar esa tarea, propone una tipología graduada de lenguas en peligro o debilitadas, que pretende identificar la ruptura entre generaciones de una comunidad de hablantes. Es de sobra conocido que la escala de Richter sirve para medir la intensidad de los terremotos, y que en esa escala un número alto significa una mayor interrupción o ruptura. Otro tanto ocurre en la tipología que nos presenta Fishman: cuanto más alta sea la puntuación, mayor será la medida de la interrupción o ruptura de la comunidad de hablantes. Dicha escala consta de 8 niveles o pasos, que se recogen en dos fases:

La fase I con la puntuación más alta, cuyo objetivo es lograr la diglosia, y que recoge los pasos 8-5:

- Paso 8: Reconstrucción de la lengua «X».
- Paso 7: Interacción cultural mediante la lengua «X», destacando la participación de ancianos y personas mayores.
- Paso 6: El hogar, el vecindario y los ámbitos de vida comunes (la comunidad cercana): base de la transmisión de la lengua materna.
- Paso 5: Alfabetización de jóvenes y ancianos, en casa, en la escuela y en la comunidad.

La fase II con menor puntuación, cuyo objetivo es superar la diglosia, y que recoge los pasos 4-1.

—Paso 4: La enseñanza:

- 4 - A: Escuelas bajo control de los hablantes de la lengua «X».
- 4 - B: Escuela pública para los hablantes de la lengua «X», pero el diseño y el personal están bajo control de los hablantes de la lengua «Y».

- Paso 3: El mundo del trabajo a escala local y comarcal (no se incluye el ambiente vecinal; se da la interacción entre los hablantes de la lengua «X» y de la lengua «Y»).
- Paso 2: Servicios públicos a escala local, servicios de gobierno, medios de comunicación.
- Paso 1: Educación, área de trabajo, medios de comunicación y acciones de gobierno al más alto nivel.

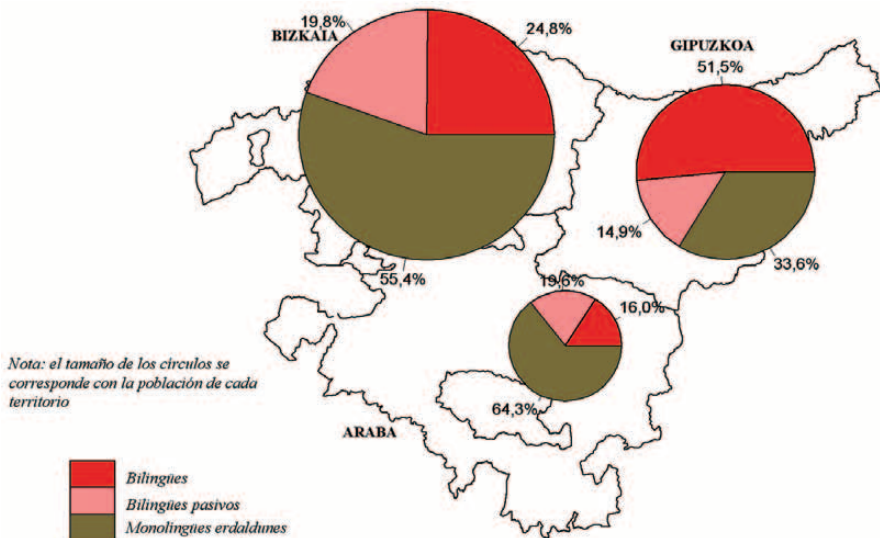
Como puede apreciarse, el mundo del trabajo tiene cabida al menos en tres pasos: en el sexto, en el tercero y en el primero. En el tercer paso se sitúan numerosas empresas del País Vasco, ya que en la mayoría de ellas se produce una interacción entre los hablantes de la lengua «X» y de la lengua «Y», como clientes o como trabajadores. Por tanto, ese tercer paso tiene una gran importancia en el intento de promocionar el uso de la lengua, ya que incide de lleno en la vida social, sobre todo en los entornos modernos. Además de interesante, resulta necesario reconstruir sobre una base económica el recorrido de una lengua debilitada, siempre de manera coordinada con la capacidad demográfica y política. Pese a ello, las dificultades son evidentes, dados los rápidos cambios de tecnología, productos y servicios, las políticas de las multinacionales, etc. Con todo, a partir del quinto, cada paso del esquema de Fishman tiene sus peligros, y no hay situaciones que permitan lograr todo. En consecuencia, el mundo del trabajo es un ámbito que hay que ganar, sobre todo cuando se trata de lograr una autonomía cultural completa, pero siempre en relación con el 6.º paso: es preciso esforzarse para lograr que la lengua original recupere su lugar en casa y en el vecindario. Pero mientras tanto, hay que empezar a apuntalar el mundo del trabajo, porque en él pasan la mayoría de los ciudadanos adultos la mayor parte de tiempo de su vida.

Criterio demolingüístico

Conforme a los datos de 2001, uno de cada tres habitantes (32,2%) de la Comunidad Autónoma Vasca es bilingüe, es decir, 639.296 personas hablan correctamente o bastante correctamente euskera. La mitad de esas personas (329.323) viven en Gipuzkoa, el 41,7% (266.280 personas) en Bizkaia y las restantes 43.693 (6,8%) en Álava.

GRÁFICO 1

Competencia lingüística según el territorio (%). CAV, 2001



Fuente: Censo de Población y Viviendas (2001).

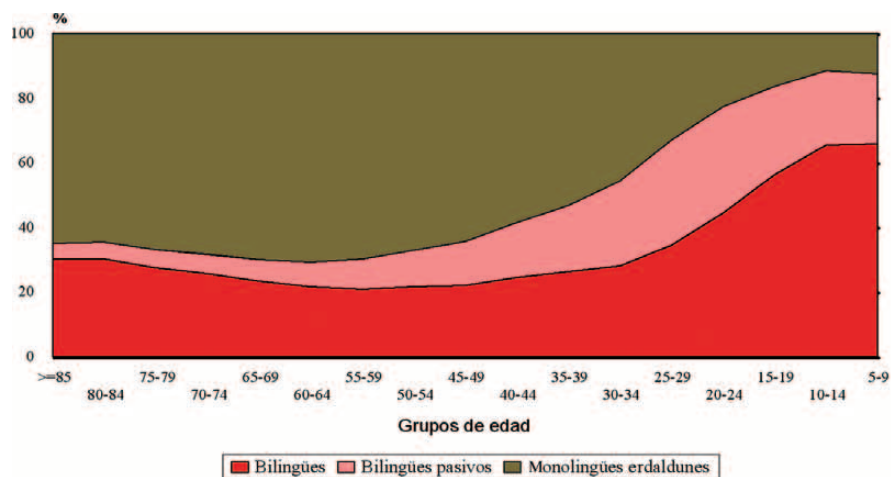
Además, pese a que 361.006 personas (18,2%) no hablan euskera correctamente o bastante correctamente, son capaces de comprenderlo, esto es, son bilingües pasivos. Por último, son 984.656 las personas que no saben euskera (monolingües erdaldunes), el 49,6% de toda la población de la CAPV.

Si se analiza según la edad, pronto observaremos que se confirman las tendencias de estos últimos años:

- Entre los mayores de 50 años, el porcentaje de bilingües es cada vez menor. El grupo que durante años ha sido el más euskaldun, el de los ancianos, está desapareciendo, y el grupo que tiene mayor número de monolingües erdaldunes, el de la gente madura, está envejeciendo.
- Entre los menores de 50 años, el porcentaje de bilingües está creciendo poco a poco. De hecho, en el grupo de los comprendidos entre los 45 y 49 años han pasado de ser cerca de una quinta parte (21,9%) a ser un tercio (34,3%).
- Pero el verdadero salto se da entre los menores de 25 años. De hecho, entre los jóvenes de entre 15 y 19 años los bilingües son el 56,3%, mientras entre los que tienen 15 años o menos son el 65,7%.

GRÁFICO 2

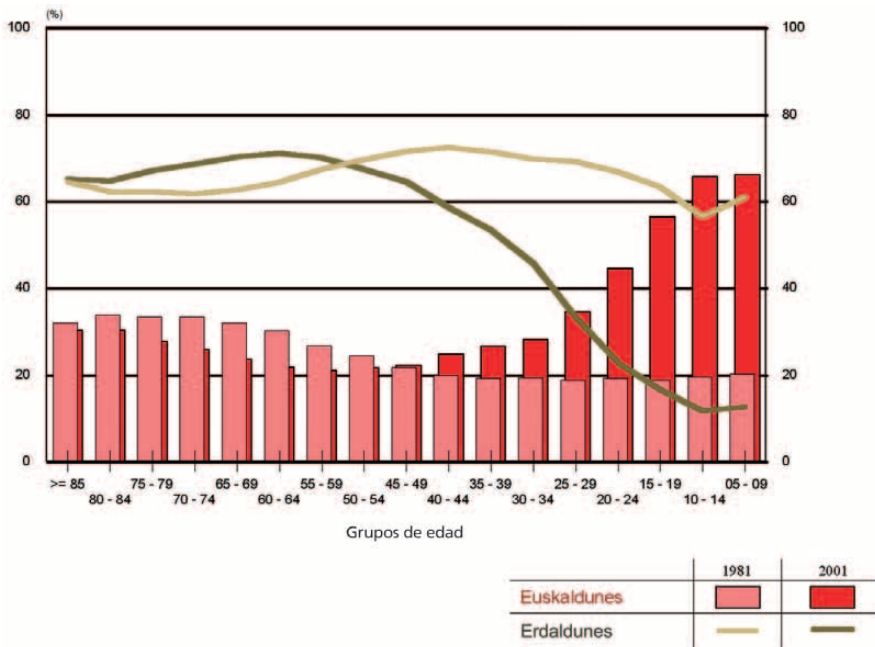
Competencia lingüística según la edad (%). CAV, 2001



Fuente: Censo de Población y Viviendas (2001).

Durante estos últimos 20 años (1981-2001), la evolución de la competencia lingüística ha sido al alza. De hecho, los bilingües son cada vez más numerosos en todo el territorio en todos los grupos de edad menores de cincuenta años. En 1981, una quinta parte de la población de la CAPV (21,9%) era bilingüe, y en 2001, como ya se ha reseñado, una tercera parte (32,2%). Ateniéndonos a la edad, el aumento ha sido particularmente importante entre los jóvenes, sobre todo entre los menores de 20 años (han pasado de ser alrededor del 20% en 1981 a ser el 62% en 1991).

Evolución de la competencia lingüística según la edad (%). CAV, 1981-2001



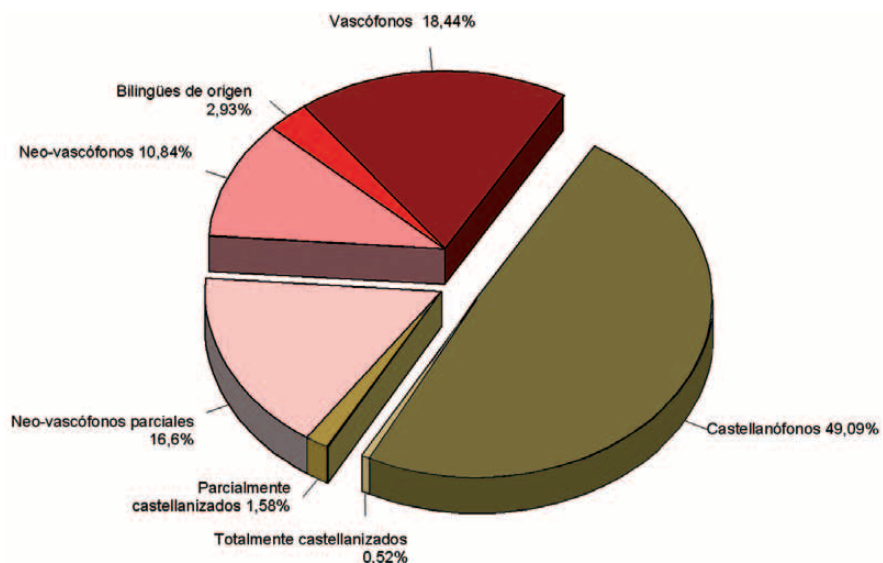
Fuente: Censo de Población y Viviendas (2001).

Por lo tanto, el avance está siendo notorio respecto a la competencia lingüística, sobre todo entre los jóvenes. Apenas hay pérdidas en la transmisión familiar; en consecuencia, cada vez son más los que en casa reciben el euskera, y, sobre todo, los que reciben el euskera y el castellano. Pero el aumento de vascohablantes está ocurriendo gracias a los jóvenes que lo han aprendido en la escuela. Y es que entre los menores de 25 años los euskaldunberris (vascohablantes cuya lengua materna no es el euskera) son más que los euskaldunzaharras (vascohablantes cuya lengua materna es el euskera) y los bilingües de origen juntos.

A consecuencia de todo ello, el colectivo de los euskaldunes está cambiando drásticamente. El colectivo de los que han recibido el euskera en casa (los vascófonos y bilingües de origen) y el de los neo-vascófonos son muy diferentes, tanto respecto a su destreza o facilidad para hablar euskera como a la red relacional compuesta por la familia, los amigos y la sociedad circundante se refiere. Y eso condicionará en gran medida la lengua vehicular.

El 18,9% de la población de la CAPV son vascófonos y el 2,2% bilingües de origen. Por lo tanto, una de cada cinco personas ha aprendido el euskera en casa, sólo o junto al castellano. Los que han aprendido euskera en la escuela o el euskaltegi son el 10,8%. Al otro extremo se sitúan los castellanófonos, es decir, aquellos que tienen al castellano por primera lengua y que hoy en día son monolingües erdaldunes. Son la mitad de la población de la CAPV (49,1%).

Tipología de la evolución lingüística (%). CAV, 2001



Fuente: Censo de Población y Viviendas (2001).

El grupo de castellanófonos es mayoría en la CAPV entre la población de más de 30 años. Pero entre los menores de 30, el peso de los castellanófonos es cada vez menor, y son mayoría los bilingües. Entre estos últimos, la proporción de vascófonos es cada vez mayor. Pero el verdadero aumento es el de los neo-vascófonos. De hecho, uno de cada tres jóvenes menores de 20 años es neo-vascófono. Los vascófonos son uno de cada cinco en ese grupo de edad. A su vez, existe otro grupo que, pese a ser todavía pequeño, está creciendo paulatinamente, que no es otro que el de los bilingües de origen. La mayor proporción (10,8%) se da en los jóvenes de entre 5 y 9 años.

Si se analiza la trayectoria de estos últimos años, la evolución de los vascófonos y los bilingües de origen entre 1991 y 2001 ha sido muy pequeña. La diferencia ha sido inferior a un punto. En el otro extremo, el descenso de los castellanófonos ha sido manifiesto (han pasado del 56,5% al 49,1%). Con todo, el hecho más destacable de esos diez últimos años ha sido el crecimiento de los neo-vascófonos. Y es que han pasado de ser 5,4% en 1991 a ser el doble, es decir, 10,8% en 2001.

Por lo que muestran los datos, cada una de las dos lenguas que conviven juntas en la CAPV tienen un nivel de importancia y un nivel de utilización muy diferente en lo que respecta al punto de vista demográfico, geográfico y funcional: el castellano goza de un estatus mayor que el euskera; el euskera, en cambio, sigue siendo la lengua minoritaria de la minoría, pese a que su evolución ha sido muy positiva en estas dos últimas décadas.

Confirmando lo que se contempla en el Plan de Promoción del Uso del Euskera, hemos de tener claras las prioridades para organizar nuestro trabajo de cara al futuro:

- Ganar para el euskera el mayor número posible de hablantes integrales, que aprendan en la escuela el euskera y en euskera, o facilitándoles formas de aprender euskera en la madurez.
- Fortalecer la competencia lingüística de los miles de hablantes del euskera, intensificando la presencia del euskera en la vida cotidiana, ampliando su uso social, en definitiva.

Plan General de Promoción del Uso del Euskera

La situación sociolingüística que acabamos de exponer confirma la conveniencia del Plan General de Promoción del Uso del Euskera aprobado por el Parlamento Vasco el 10 de diciembre de 1999. En el mismo se señala lo siguiente:

La lengua es un instrumento que se enriquece con el uso, ya que si no se emplea se empobrece. Por ello, se deben mimar todas las actividades que sean prolongación de la familia y de la escuela: el deporte, el tiempo libre...

El reto principal de los próximos diez años consiste en que los euskaldunes de nuevas generaciones consideren el euskera tan útil y gratificante como el castellano en ámbitos específicos e importantes de su vida adulta, por ejemplo en el ámbito laboral, el tiempo libre, los deportes, el consumo de los medios de comunicación, así como en las funciones simbólico-afectivas, tales como las relaciones interpersonales en la familia, la vida social y cultural, y en aquellas que le sirvan para identificarse como ciudadano vasco.

Para ello, ha de ampliarse la oferta de los servicios en euskera y extenderla más allá de la escuela hasta llevarla a otros ámbitos de uso. El trabajo comunitario y la prestación de servicios en euskera constituyen el esfuerzo principal que han de realizar los poderes públicos y los colectivos sociales de apoyo al euskera, en los próximos diez años: ofertar servicios sanitarios, educativos, deportivos, de tiempo libre, etc. en euskera o en euskera y castellano en aquellas comunidades y zonas donde la vitalidad etnolingüística del euskera es más importante.

Dado que nuestro punto de partida es el Plan General de Promoción del Uso del Euskera, observemos cuál es su objetivo principal:

Decidir y promover las medidas de política lingüística necesarias para garantizar la posibilidad de vivir en euskera a quien así lo desee. En definitiva, consiste en intensificar las acciones en favor del euskera para lograr la total normalización de su uso en Euskal Herria en el ámbito personal, social y oficial.

Para lograr ese objetivo principal, se establecen los siguientes tres objetivos estratégicos en el EBPN (Euskera Biziberritzeko Plan Nagusia - Plan General de Promoción del Uso del Euskera):

- La transmisión intergeneracional e ininterrumpida del euskera.
- Ampliar la oferta de servicios en euskera y extenderse más allá de la escuela hasta abarcar otros ámbitos de uso.
- Mejorar la expresión y la comunicación a través de los libros, las radios, las revistas, los periódicos, la televisión, etc.

Respecto al mundo del trabajo y al ámbito socioeconómico, se proponen las siguientes medidas en el Plan General de Promoción del Uso del Euskera, dentro del segundo objetivo estratégico:

- Desarrollar una política lingüística teniendo en cuenta los siguientes objetivos: recabar la participación de las cámaras de comercio, empresarios y asociaciones de empresarios, colegios, sindicatos, etc.; definir el marco adecuado para poner en marcha proyectos a favor del euskera en los centros de trabajo y canalizar los recursos humanos y económicos necesarios; diseñar y llevar a cabo proyectos adaptados a la tipología de los centros de trabajo.
- Implicar a los Departamentos del Gobierno Vasco directamente responsables del mundo de la empresa, principalmente en la formación y preparación de los técnicos responsables del diseño, realización y evaluación para incrementar el uso del euskera, por un lado, y, por otro, en la asignación de los medios necesarios para implementar dichos proyectos, en un número cada vez mayor de empresas. Así mismo, dichos Departamentos deberán poner en marcha los planes de euskera correspondientes a sus organismos (Eusko Tren, EITB, Naturgas, etc.).
- Dar prioridad a la realización de acciones de sensibilización individualizadas por encima de la realización de grandes campañas con los departamentos responsables de la industria, el comercio, el trabajo y la formación profesional; con las empresas encargadas de prestar servicio a las empresas; con los colegios de empresarios, comerciantes y profesionales y también con los empresarios de los municipios de zonas vascófonas, con el objetivo de implicar en el proceso a los agentes del mundo empresarial.
- Impartir en euskera algunos de los cursos que las universidades, los centros tecnológicos, los colegios de formación profesional y los institutos organizan para el reciclaje de los trabajadores.
- Aplicar criterios lingüísticos en los cursos de formación de las organizaciones empresariales, los sindicatos, las cámaras de comercio y los colegios profesionales que son subvencionados por las instituciones públicas, para que no se impartan exclusivamente en castellano.

Parámetros para identificar
el ámbito socioeconómico

Considerando el *Índice de Actividades Económicas* (2002) y los *Censos de Población y Vivienda* (2001) del EUSTAT, podemos destacar los siguientes datos para poder identificar el ámbito socioeconómico.

En lo que respecta al número, hay 154.840 empresas y establecimientos en la Comunidad Autónoma Vasca¹.

Tomando dicha cifra como base, la distribución es la siguiente en lo que al campo de actuación se refiere:

- 29% para establecimientos comerciales y de reparación.
- 19% para instituciones financieras, seguros y empresas de servicios.
- 14% para el campo de la construcción.
- 10% para industria y energía.
- 10% para transportes y comunicaciones.
- 10% para el campo de la hostelería.
- 8% para otras actividades de servicios.

Si nos atenemos a la distribución geográfica, la comarca que tiene un número considerablemente mayor de establecimientos es el Gran Bilbao (alrededor de 64.000). En segundo lugar, se encuentra Donostialdea (cerca de 28.000 establecimientos), y en tercer lugar Vitoria y sus alrededores (cerca de 16.000).

Por otra parte, el empleo se distribuye como sigue, según la rama de actividad:

- Las empresas del campo de la energía industrial reúnen el 33% del empleo.
- El 18% del empleo se sitúa en las actividades económicas comerciales y de reparación.
- El 17% en instituciones financieras, de seguros y empresas de servicios.
- El 11% en la construcción.
- El 8% en otras actividades de servicios.
- El 6% en hostelería.
- El 7% en transportes y comunicaciones.

Por otra parte, en lo que al tamaño se refiere, tres de cada cuatro (76%) establecimientos de la Comunidad Autónoma Vasca tienen dos o menos trabajadores; el 14% entre tres y cinco trabajadores, y el 5% entre seis y nueve trabajadores. De entre 155.000 empresas y establecimientos, son cerca de 6.000 los que tienen más de quince trabajadores.

¹ Se han tenido en cuenta todas las empresas o establecimientos de actividad económica privada del Índice de Actividades Económicas del EUSTAT. Se han dejado fuera del universo de estudio las siguientes ramas de actividad: administración pública, defensa y seguro obligatorio, educación, actividades de las asociaciones, actividades lúdicas, culturales y deportivas, viviendas con trabajadores domésticos e instituciones extraterritoriales. El universo de partida ha estado compuesto por 155.212 empresas o establecimientos, pero en el caso de 372 establecimientos (0,2%) no ha resultado posible relacionar los datos del Índice de Actividades Económicas con los de los Censos de Población y Vivienda (en el Índice no se recogía el municipio del establecimiento), y posteriormente se ha trabajado con 154.840 registros para analizar los datos.

Por último, el 17% del total de los empleados en los establecimientos de la CAPV trabaja en establecimientos de dos o menos trabajadores; el 14% en empresas o establecimientos de entre veinte y cincuenta trabajadores, y el 12% en empresas de entre cien y doscientos cincuenta trabajadores. El empleo creado por empresas de más de cien trabajadores representa cerca del 26% del empleo total.

Trayectoria de los últimos años

Las primeras inquietudes e intentos para euskaldunizar la actividad de los centros de trabajo datan de algunos años en la CAPV, ya que comenzaron cuando la estandarización del euskera se puso en marcha, a partir de 1977. Primeramente surgieron en empresas medias-grandes de zona vascófonas, principalmente en las cooperativas. De todos modos, podemos afirmar que las primeras iniciativas planificadas comenzaron allá por el año 1990.

1990-1996: desde las clases de euskera en los centros de trabajo a los microplanes piloto

Los primeros criterios establecidos por el Gobierno Vasco para poder desenvolverse en euskera en el mundo laboral en la CAPV datan del período 1990-1996. Fue en 1990 cuando el Consejo Asesor del Euskera redactó el informe titulado Normalización del Euskera en el Mundo Laboral. Criterios Básicos.

En 1992, el mismo Consejo redactó el informe titulado El Mundo Laboral y el Euskera. Vías para la Normalización Lingüística, con el Objetivo de establecer Prioridades y Orientaciones Básicas para desarrollar el Uso del Euskera. Se proponían en dicho informe las prioridades que se debían considerar a la hora de desarrollar el uso del euskera: elección de zonas vascófonas; puesta en marcha de estudios piloto en los tres sectores, adaptando la metodología, y teniendo en cuenta las experiencias de Québec y Cataluña; desarrollar la formación, fortaleciendo la presencia del euskera en la formación profesional y la formación continua de los trabajadores, y divulgar información al respecto. A su vez, en aras a que los planes tuviesen éxito y prosperaran con una gran influencia social, las empresas debían ser de un determinado tamaño (de más de 50 trabajadores), y se recomendaba que tuviesen plantillas lo más jóvenes posibles, y no estuvieran en aprietos económicos.

Se dieron los siguientes consejos como orientaciones básicas para las microplanificaciones:

- Tener en cuenta la empresa en su totalidad, aunque se centre en un departamento.
- No considerar la capacitación como objetivo último, no conceder demasiada importancia a la traducción.
- Desarrollar las relaciones externas e internas.
- Elaborar planes trienales, ordenando los objetivos según las prioridades.
- Adaptar los recursos: recursos humanos (euskaldunización, capacitación), recursos materiales (terminología, traducción, rotulación, informática, contratos, manuales, notas...), y constitución de una comisión de seguimiento, formada por el Gobierno Vasco y las empresas.

Por lo que a la metodología respecta, se establecieron los siguientes pasos: presentación a los agentes; elaboración de un informe de viabilidad; realizar la recopilación de datos: estudio por departamentos, encuesta individual; realización de una amplia presentación; redacción de un plan adaptado a cada empresa; realización de la presentación del plan; abordar la implementación y la evaluación.

La Secretaría General de Política Lingüística de aquella época, conforme a los citados criterios del Consejo Asesor del Euskera, estableció las bases para euskaldunizar el mundo de la empresa, y dispuso recursos para ello. En algunos casos mediante convenios y, en otros, mediante subvenciones, se pusieron en marcha experiencias piloto en la empresa Elay (a cargo de Elhuyar), en la empresa Arlan (a cargo de Artez) y en la empresa Ikerlan (a cargo del Gobierno Vasco). La red de euskaltegis municipales y euskaltegis privados estaba recién creada por entonces, y ya habían comenzado a participar en la euskaldunización-alfabetización de las empresas.

Corresponden a la misma época los programas comerciales impulsados por los ayuntamientos de la CAPV, que siguen vigentes hoy en día y se desarrollan, principalmente, a través de convenios.

1997–1999: periodo de expansión de los planes de euskera

En el periodo 1990–1996, por una parte, se desarrolló una metodología adecuada para lograr la implantación del uso del euskera en el mundo del trabajo, en la administración e incluso en el comercio, y, por otra parte, aumentaba el interés de las empresas en general por el euskera, sobre todo entre las cooperativas. Además, el número de empresas que se incluía en los planes de euskera aumentaba de año en año, y el tipo de empresas se diversificaba, a su vez, en diferentes zonas, tamaños y sectores. A consecuencia de todo ello, aumentaron también las empresas asesoras que se dedicaban al diseño y ejecución de dichos planes.

En 1997, la Viceconsejería de Política Lingüística (VPL) decidió extender a otras empresas la experiencia desarrollada como experiencia piloto, creando una nueva línea de subvención dentro de una orden general para empresas privadas. Abordó, además, la formación de las mencionadas empresas asesoras, y preparó jornadas de información con responsables de empresas previamente seleccionadas.

Al mismo tiempo, la Viceconsejería de Política Lingüística comenzó a ayudar económicamente a programas o planes de euskera del sector del comercio mediante subvenciones para los ayuntamientos.

A partir de 2000: Plan General de Promoción del Uso del Euskera (EBPN), la búsqueda de un avance eficaz para el mundo del trabajo

A lo largo de 1998, el Consejo Asesor del Euskera (EAB) elaboró el Plan General de Promoción del Uso del Euskera, plan estratégico para continuar en el camino de la normalización lingüística. Según el Consejo Asesor del Euskera, constituye una tarea tan difícil como necesaria euskaldunizar el ámbito socioeconómico; las experiencias realizadas han sido válidas y la propia metodología resulta adecuada y ejemplar en su opinión, aunque también cree que la sociedad vasca no se ha percatado aún de la importancia que tiene el uso del euskera en el mundo de la empresa.

En diciembre de 1999, el Parlamento Vasco ratificó el Plan General de Promoción del Uso del Euskera elaborado por el Consejo Asesor del Euskera. Tal y como se ha dicho, el plan

recoge cuatro propuestas principales para el mundo del trabajo: elaborar un marco general para este ámbito, determinar los principales componentes de los planes de euskera de las empresas, fijar los recursos humanos y económicos para extender los planes de euskera a más empresas, y lograr la adhesión de los agentes de diferentes campos socioeconómicos.

El 3 de diciembre de 1999, Día Internacional del Euskera, la Viceconsejería de Política Lingüística suscribió con la Secretaría de Política Lingüística del Gobierno de Québec un convenio para estudiar, entre otros aspectos, la normalización lingüística en el mundo de las empresas; gracias a ese convenio, se celebró en Québec en la primavera de 2000 un seminario sobre la normalización lingüística de las empresas, y otro en Euskal Herria en febrero de 2001. El objetivo principal era pulir y facilitar la metodología empleada hasta entonces y ofrecer modelos de plan, para responder eficazmente a la solicitud de empresas que querían poner en marcha el plan de euskera.

Gracias a esa colaboración, y teniendo en cuenta la experiencia vivida en otros ámbitos de uso (principalmente el de la Administración), se elaboraron los criterios que se debían reconocer en los planes de euskera de las empresas, tales como la flexibilidad, la progresividad, la viabilidad, la evaluabilidad y la perdularibilidad (Ver Anexo II: modelos de plan).

El año 2000, el Departamento de Cultura, junto con el Departamento de Industria, Comercio y Turismo y el Departamento de Justicia, Trabajo y Seguridad Social, publicó la orden de subvención para el periodo 2000-2001, dirigido a entidades privadas de la CAPV que deseaban realizar y desarrollar el plan de euskera, recogiendo la metodología para afrontar la nueva situación y aumentando los recursos económicos.

Otras iniciativas

Por otra parte, y en lo referente a las nuevas tecnologías, la convocatoria de subvención para el desarrollo de planes de euskera en las entidades privadas ayuda económicamente en la sección referente al software, tanto a la compra o desarrollo de aplicaciones informáticas para trabajar en euskera como a la adaptación al euskera de las aplicaciones desarrolladas en la propia empresa. Pero, junto a ello, cabe destacar el esfuerzo realizado para disponer en euskera de los productos útiles en el ámbito socioeconómico dentro de un programa de trabajo más amplio: por un lado, poner en la red diccionarios e instrumentos útiles para tecnohablantes, y, por otro, el esfuerzo por traducir al euskera y localizar los productos de software más utilizados.

Así, pueden consultarse y utilizarse en euskera el corrector ortográfico Xuxen, el Banco Público Terminológico EUSKALTERM, varios diccionarios electrónicos;² y los productos de software más utilizados localizados al euskera.³

² Varios diccionarios electrónicos:

- *Diccionario Elhuyar Hiztegia, euskara-gaztelania|castellano-vasco*: «www.euskadi.net/hizt_el».
- *Diccionario 3000 Hiztegia, euskara-castellano|castellano-euskara*: «www.euskadi.net/hizt_3000».
- *Diccionario de sinónimos y antónimos/Sinonimoen eta antonimoen Hiztegia*: «www.euskadi.net/hizt_sinon».

En lo que a trabajos terminológicos relacionados con el ámbito socioeconómico hace referencia, se han elaborado los siguientes glosarios mediante la Comisión de Terminología recientemente creada en el seno del Consejo Asesor del Euskera, que realiza el trabajo de normalización mediante comisiones técnicas:

Diccionario de restaurantes, bares y cafeterías (euskera, castellano y francés): diccionario de utilidad para titulares de establecimientos de ese ámbito, principalmente para confeccionar menús, cartas y mensajes para los clientes en euskera.

Diccionario de control numérico (euskera, castellano, francés e inglés): de utilidad tanto para profesores como para alumnos de formación profesional y universitarios, así como para empresas del mismo ámbito.

Diccionario de ofimática (tratamiento de textos, intercambio de documentos...), diccionario multilingüe (euskera, castellano, francés e inglés): de utilidad tanto para profesores como para alumnos de formación profesional y universitarios, así como para empresas tanto públicas como privadas del mismo ámbito.

Entre las iniciativas emprendidas por las diputaciones forales, las más significativas serían las siguientes: a partir del año 2000, la Diputación Foral de Bizkaia publica la convocatoria de subvención para desarrollar los planes de euskera en las instituciones privadas. En lo que a la publicación de material se refiere, ha publicado dos libros en la sección *Enpresa Euskaldunduz –Euskaldunizando la Empresa–: Urratsez urrats* (1997) –Paso a paso–, y *Fitxa juridikoen eskuliburua* (2000) –Manual de fichas jurídicas–. Por otra parte, las diputaciones forales de Bizkaia y Gipuzkoa coordinan el programa *Merkataritza Euskaraz* (Comercio en euskera).

– *Diccionario Morris Hiztegia ingelesa-euskara/euskara-ingelesa*: «www.euskadi.net/morris».

– *Diccionario Enciclopédico Harluxet Hiztegi Entziklopedikoa*: «www.euskadi.net/harluxet».

– *Plugin del Diccionario Elhuyar eu-es Hiztegia*, Word 2000 y 2002 y para su integración en Internet Explorer: «www.euskadi.net/euskara_soft».

– *Diccionario Hiztegi Batua* [de Euskaltzaindia (Real Academia de la Lengua Vasca)], que recoge la forma estándar de 20.000 palabras del léxico común del euskera: «www.euskaltzaindia.net».

³ Productos de software:

– Paquete del interfaz de Windows 95, Windows 98; y Windows XP: «www.microsoft.com/spain/windowsxp/euskera».

– Word 6 y Office 2000 (Word, Excel y Outlook).

– Internet Explorer 4 y 5, y Outlook Express 5.

– Sistema operativo Linux Mandrake, versiones 8.2 y 10.0: «www.euskadi.net/euskara-soft».

– Paquete ofimático OpenOffice.org 1.0.2 y 1.1, para Windows y Linux: «www.euskadi.net/euskara-soft».

– Antivirus Panda Titanium: «www.pandasoftware.es/titanium/euskara».

– Antivirus Panda Platinum: «www.pandasoftware.es/platinum».

– Cursos Wit de autoaprendizaje (Word 2000 y Internet 2000).

– OCR para las versiones Omnipage 11 y 12, y para Windows Word y Mac Word 2001: «www.euskadi.net/euskara_soft».

– Optenet: Filtro de contenidos de Internet: «www.optenet.com».

– Prisma II: Software de gestión para las Pyme.

– Cinco módulos de gestión de SAP: «www.euskadi.net/euskara_soft».

Uso del euskera en el ámbito socioeconómico,
mediante indicadores cuantitativos

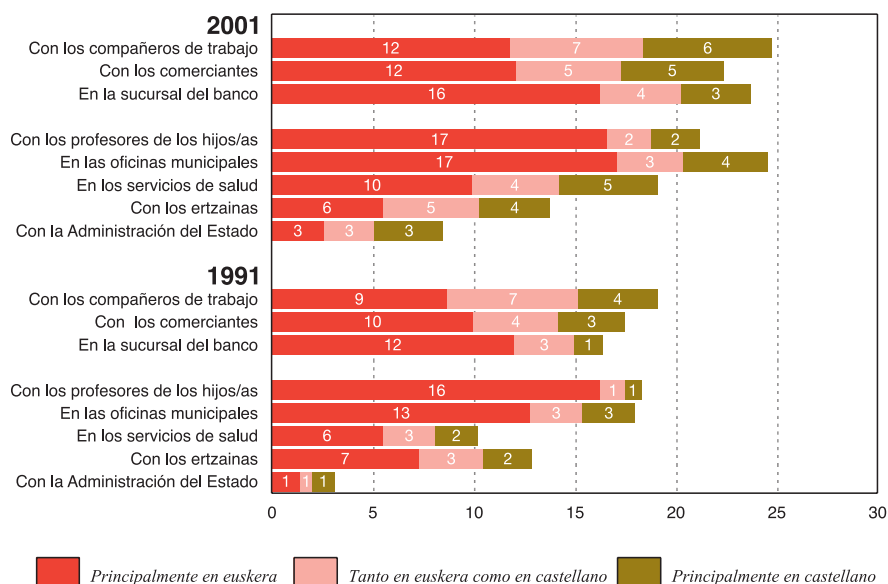
La *Encuesta Sociolingüística de Euskal Herria de 2001* es un primer acercamiento para observar la situación del uso del euskera en el ámbito socioeconómico. Posteriormente, expondremos los resultados mostrados por los estudios sobre empresas de más de 100 trabajadores, comercios, restaurantes y bares.

Uso del euskera, según el ámbito de utilización

Se han distinguido tres ámbitos principales para exponer el uso del euskera: familia, comunidad cercana (amigos y comerciantes) y ámbito público. Dentro del ámbito público, se han tenido en consideración el ámbito privado y la relación con la administración. Se puede señalar que en general el crecimiento se ha dado en todos los ámbitos, tanto en las relaciones con la administración como en el ámbito privado, y que principalmente ha sido el uso público del euskera el que ha aumentado durante estos diez años.

GRÁFICO 5

Uso del euskera por ámbitos (uso público) (%). CAV, 1991-2001



Fuente: Encuesta Sociolingüística de Euskal Herria (2001). Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

Según los resultados, cuanto mayor es la oferta en euskera en los ayuntamientos, servicios sociales y de salud, educación y empresa privada, más utiliza la ciudadanía el euskera. Por lo tanto, hay que relacionar directamente el aumento del uso del euskera con la oferta de productos y servicios en euskera. Con todo, el gráfico muestra claramente que aunque el uso del euskera esté aumentando, el camino por recorrer es aún muy largo en el ámbito público en general y particularmente con las fuerzas de seguridad y los servicios de salud.

Dos son los factores principales que influyen en el uso del euskera:

- los factores socio-estructurales, es decir, la densidad de euskaldunes en la red relacional, y
- los factores psicolingüísticos, o dicho de otro modo, la facilidad para hablar en euskera y en castellano. Esa facilidad está directamente relacionada con la primera lengua.

La correlación entre el uso del euskera y la densidad de euskaldunes de la red relacional es de 0,76 en el uso de casa, 0,66 entre los amigos y 0,80 con los compañeros de trabajo. Con la competencia lingüística relativa, es decir, la facilidad de expresarse en una lengua u otra, la correlación es de 0,67 en el uso en casa y entre los amigos, y de 0,39 con los compañeros de trabajo. Resumiendo, las correlaciones son muy grandes y el factor más influyente resulta ser la densidad de euskaldunes en la red relacional, sobre todo con los compañeros de trabajo.

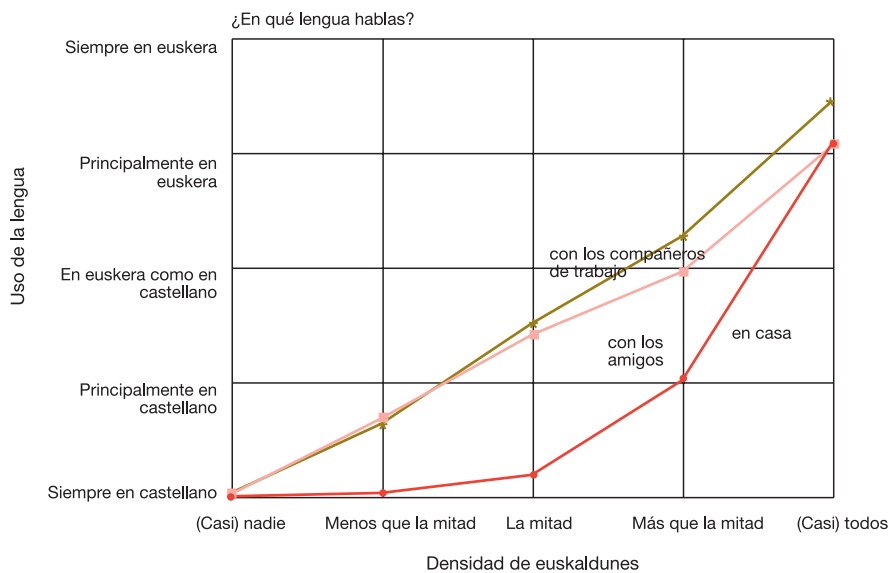
Se puede afirmar, sin lugar a duda, que existe un nivel mínimo o umbral en la red relacional de euskaldunes. No se puede garantizar el uso del euskera por debajo de ese nivel mínimo. En la familia ese nivel es evidente: todos los miembros han de saber euskera. Basta con que sólo uno no lo sepa para que el uso del euskera disminuya notablemente. Con los amigos y compañeros de trabajo, en cambio, tal vez no sea preciso que todos sepan euskera para garantizar el uso, pero sí que la mayoría lo sepa.

Podemos destacar cinco ideas como conclusión de este primer acercamiento:

- La variada situación sociolingüística del euskera condiciona su uso.

GRÁFICO 6

Uso del euskera por ámbitos (uso público) (%). CAV, 1991-2001



Fuente: Encuesta Sociolingüística de Euskal Herria (2001). Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

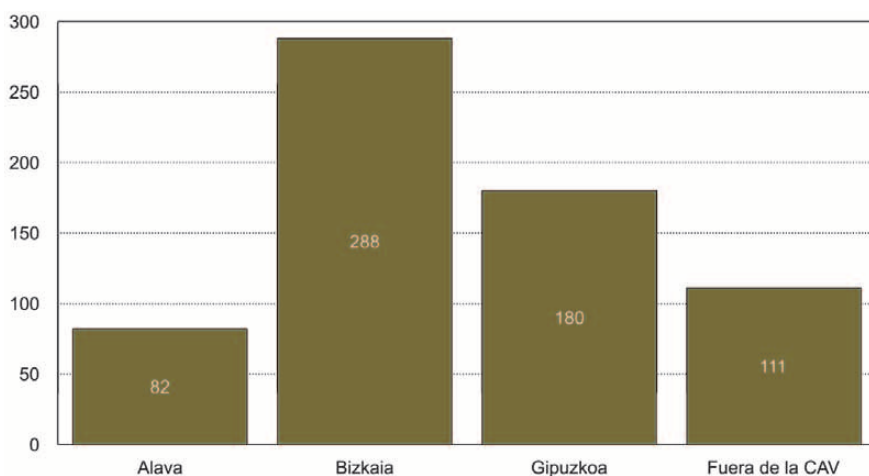
- El uso del euskera es menor en el ámbito socioeconómico que en casa o en la comunidad cercana.
- Con todo, el uso actual del euskera en el sector socioeconómico es mayor que hace diez años.
- Y el aumento del uso del euskera ha sido mayor en el sector socioeconómico que en los demás ámbitos de utilización.
- La red relacional en euskera condiciona completamente el uso del euskera.

Situación lingüística de empresas o establecimientos de 100 o más trabajadores

Para tener una imagen más precisa de la situación, tal y como ya se ha mencionado, se analizaron las empresas o establecimientos de 100 o más trabajadores recogidas en el directorio de empresas y establecimientos del EUSTAT de 2003. Tras separar las administraciones públicas (Gobierno Vasco, diputaciones, ayuntamientos, delegaciones del Gobierno Central, y hospitales y centros de enseñanza), el universo quedó conformado por 661 empresas o establecimientos de 100 o más trabajadores.

GRÁFICO 7

Número de empresas, según el territorio. CAV, 2003



Fuente: *Uso del euskera en las grandes empresas de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

La tasa de respuesta fue alta (69%), y se entrevistaron 455 empresas de 661⁴. El 93% de las empresas entrevistadas tiene su sede social en la Comunidad Autónoma Vasca.

⁴ No respondieron al cuestionario:

- 123 empresas (19%) declinaron responder al cuestionario.
- En 27 empresas (4%), no había nadie con el suficiente conocimientos al respecto para responder al cuestionario.
- No fue posible ponerse en contacto con 55 empresas (8%).

Si nos fijamos en el territorio y en la zona sociolingüística, más de la mitad de las empresas está en Bizkaia (55%), un tercio en Gipuzkoa (32%) y el 13% el Álava. El 15% está en la primera zona sociolingüística, el 21% en la segunda, el 32% en la tercera y el 6% en la cuarta⁵.

Respecto al tamaño de las empresas, 64% de ellas tiene 100-250 trabajadores, el 20% 251-500 trabajadores y el 16% más de 500 trabajadores.

GRÁFICO 8

Empresas entrevistadas, según el tamaño y el sector de la actividad. CAV, 2003



Fuente: *Uso del euskera en las grandes empresas de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

El 58% de las empresas vende sus productos/servicios a otra empresa. Más de la mitad de las empresas tienen capital vasco, y son más las empresas que venden sus productos o servicios fuera de la CAPV que los que los venden dentro de la Comunidad. Más de la mitad de las empresas están en zonas vascófonas,⁶ y la mayoría venden sus productos a otras empresas de fuera de la CAPV. La mayoría de empresas de la construcción están en zonas castellanófonas de Bizkaia,⁷ tienen entre 100 y 250 trabajadores, y venden sus productos principalmente a otras empresas de la CAPV. La mayoría de empresas del sector de servicios están en zonas castellanófonas, venden los servicios al consumidor final sobre todo en la CAPV, y su capital es principalmente vasco.

Observando las características de los colectivos de empresas, la clave principal es el sector de actividad. Es el que condiciona, al menos en gran medida, el receptor final de los servicios, el mercado geográfico y el origen del capital. Infiuye también en la distribución del territorio y las zonas sociolingüísticas, aunque sea en menor medida, así como en el tamaño de las empresas.

⁵ Zonas sociolingüísticas:

- Cuarta zona: número de vascohablantes superior al 80%.
- Tercera zona: número de vascohablantes entre 45-80%.
- Segunda zona: número de vascohablantes entre 20-45%.
- Primera zona: número de vascohablantes inferior al 20%.

⁶ «Zonas más vascófonas»: con un porcentaje de vascohablantes >45%.

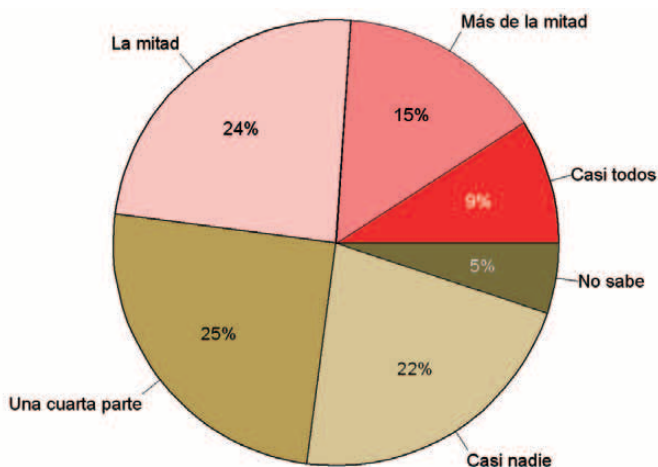
⁷ «Zonas más castellanófonas»: con un porcentaje de castellanohablantes <45%.

Competencia lingüística de los trabajadores

Tal y como puede observarse en el gráfico, en las empresas de la CAPV de más de 100 trabajadores, una *media del 35% de los trabajadores son vascohablantes*. (Según la III Encuesta Sociolingüística, el 31% de los trabajadores por cuenta ajena de la CAPV son vascohablantes. En consecuencia, aunque los datos logrados mediante las entrevistas son bastante optimistas, la diferencia con respecto a los datos de la encuesta no es demasiado grande).

GRÁFICO 9

Empresas entrevistadas, según el tamaño y el sector de la actividad. CAV, 2003



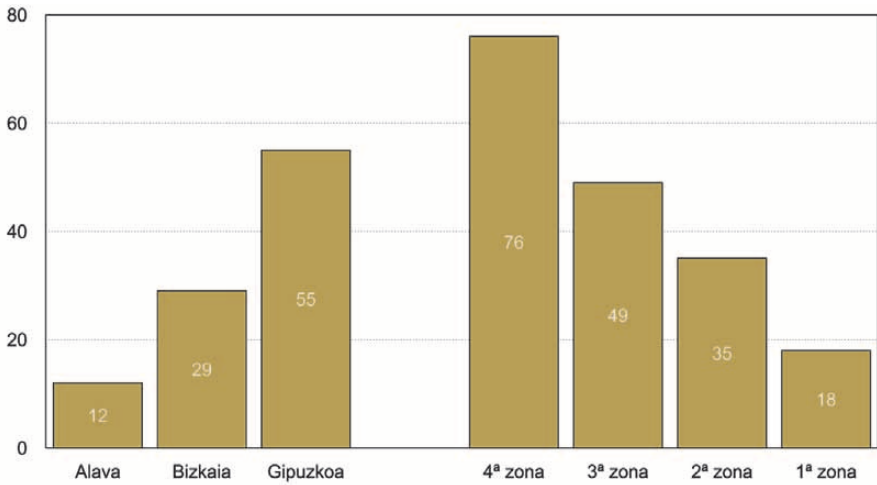
Fuente: *Uso del euskera en las grandes empresas de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

El porcentaje medio de vascohablantes de cada empresa varía mucho según el sector de actividad.

- En el caso de empresas de los sectores de la enseñanza y la salud, son más del 50%, concretamente el 53%. En la mitad de ellas más de la mitad de los trabajadores son vascohablantes, y en un cuarto casi todos son vascohablantes. Con todo, el porcentaje es muy alto en las empresas de la enseñanza, 73%, mientras que en las empresas del sector de la salud, en cambio, está muy por debajo del porcentaje medio, ya que es del 32%.
- El porcentaje de las industrias comerciales está en torno a la media, 38%, así como el del sector del comercio y la hostelería, 36%, y el del sector de los bancos y los seguros, 32%.
- En el resto de empresas de servicios es inferior a la media, 29%, así como en las empresas del sector de servicios, 26%, y las empresas del sector de las comunicaciones, 24%.
- Por último, el porcentaje de las empresas de construcción es la mitad de la media, 18%.

GRÁFICO 10

Proporción de vascohablantes en las grandes empresas, según el territorio y la zona sociolingüística (%). CAV, 2003

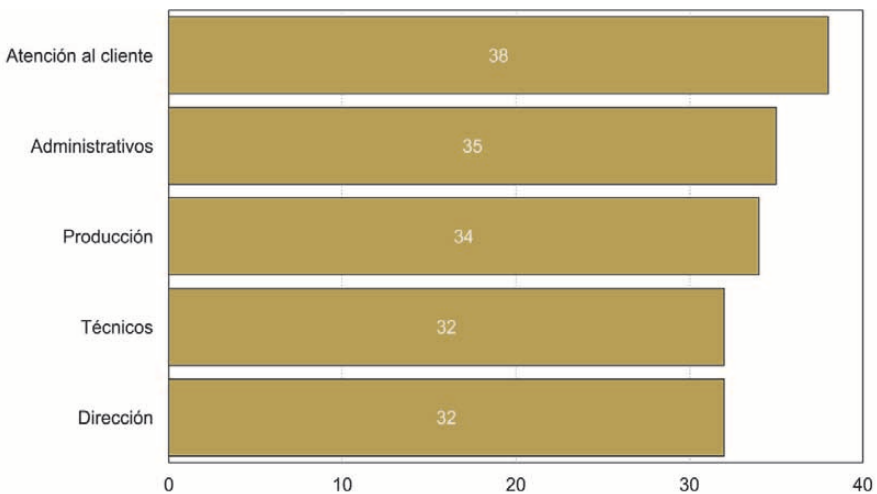


Fuente: *Uso del euskera en las grandes empresas de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

Tal y como podía esperarse, las mayores diferencias lo son en virtud del territorio y la zona sociolingüística. El tamaño de la empresa, el receptor final de los productos o los servicios, o los mercados geográficos apenas influyen. Aun así, en las empresas con capital vasco los vascohablantes son el 39%, y en aquellas con capital principalmente foráneo son el 31%.

GRÁFICO 11

Proporción de vascohablantes según la categoría de trabajadores (%). CAV, 2003



Fuente: *Uso del euskera en las grandes empresas de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

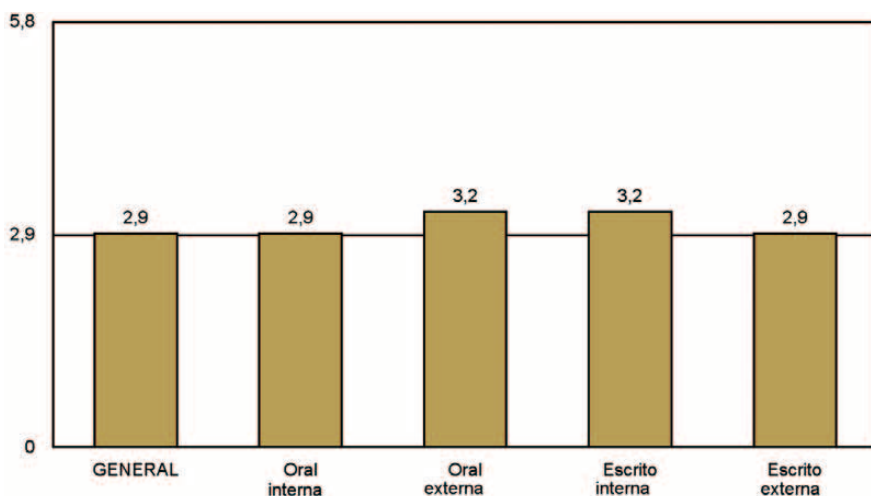
La tendencia que se refleja en el gráfico se repite poco más o menos en todas las ramas de actividad, es decir, que el número de vascohablantes es algo mayor que la media entre los trabajadores que se dedican a la atención al cliente, y menor entre los de labores directivas y técnicas. Con todo, en las empresas de Álava, el porcentaje mayor de vascohablantes se da entre los trabajadores directivos. Y en las empresas de la primera zona sociolingüística apenas se aprecian diferencias según las categorías (alrededor de un 16% de vascohablantes). Y nuevamente, los vascohablantes representan el 22% entre los trabajadores de atención al cliente.

Uso del euskera

En una escala del 0 a 10 (0 significa que el euskera no se utiliza nunca y 10 que se utiliza siempre), el uso general del euskera en las grandes empresas de la CAPV es del 2,9 *por cien como media*. Como puede apreciarse en el siguiente gráfico, apenas hay diferencias entre el uso general y los diferentes modos de comunicación.

GRÁFICO 12

Uso del euskera (escala de 0 a 10). CAV, 2003



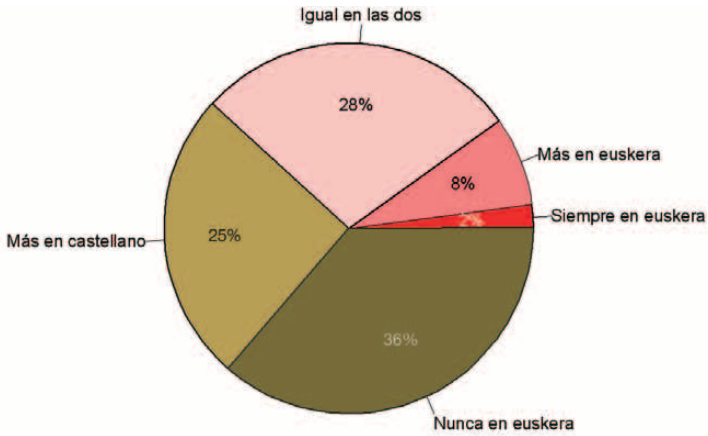
Fuente: *Uso del euskera en las grandes empresas de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

Dicha media refleja que:

- Un tercio de las empresas no lo utilizan nunca o casi nunca (0-1 puntos en la escala).
- Un cuarto de las empresas lo utilizan más que el castellano (2-3).
- Otro cuarto utiliza ambos en la misma proporción (4-6).
- Sólo un 8% utiliza más el euskera que el castellano (7-10), y el 2% utiliza el euskera siempre o casi siempre (9-10).

GRÁFICO 13

Uso del euskera y del castellano en las grandes empresas (%). CAV, 2003



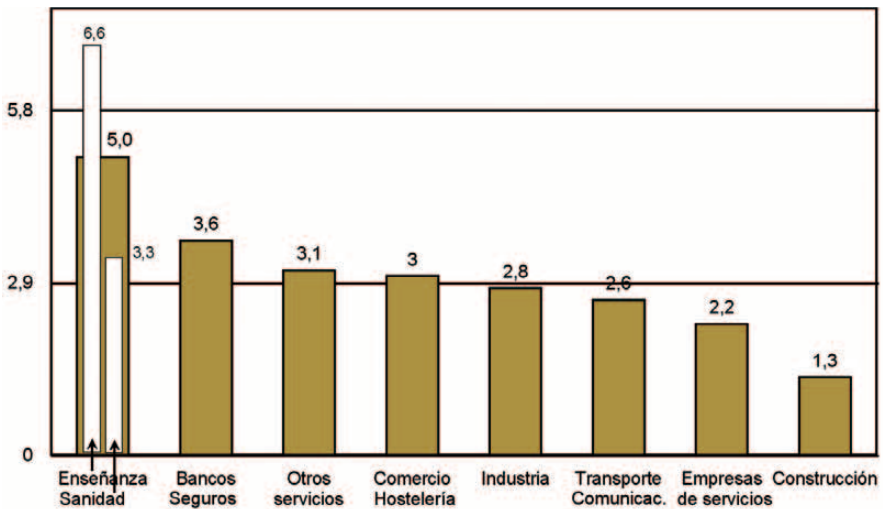
Fuente: *Uso del euskera en las grandes empresas de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

Al igual que sucede con el porcentaje medio de vascohablantes de la empresa, y en gran medida debido a ello, el uso varía mucho según el sector de actividad.

–El uso medio casi se dobla en empresas del sector de la enseñanza y la salud, con 5 puntos de media (6,6 en empresas de la enseñanza y 3,3 en empresas del área de la salud). En porcentajes, puede afirmarse que el 14% no utiliza nunca el euskera, y que en el 30% se utiliza más que el castellano.

GRÁFICO 14

Uso del euskera según el sector de actividad (escala de 0 a 10). CAV, 2003



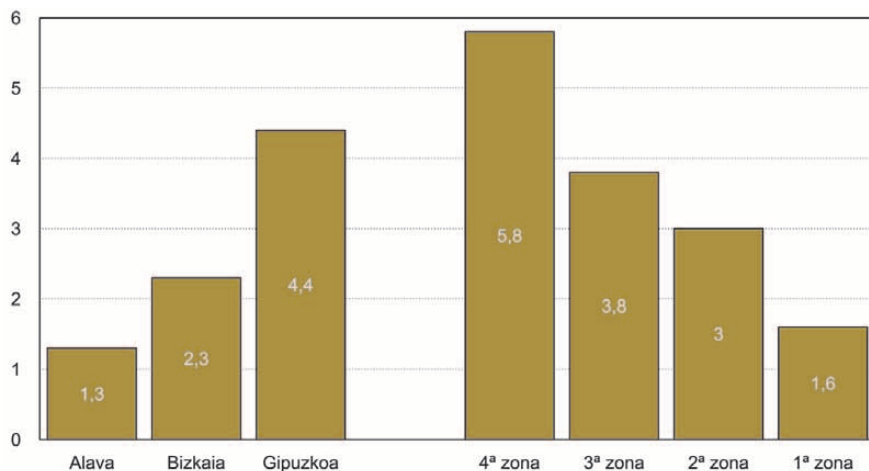
Fuente: *Uso del euskera en las grandes empresas de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

- En empresas del sector bancario y de seguros el uso del euskera es mayor que la media, 3,6 puntos (el 20% no lo utiliza nunca y el 7% lo utiliza más que el castellano).
- En el resto de los servicios, el uso del euskera se sitúa alrededor de la media, 3,1 puntos, así como en las empresas de comercio y hostelería, y en las de transportes y comunicaciones, con un 3,0 y un 2,6 respectivamente.
- Es mucho menor que la media en el caso de las empresas que prestan sus servicios a otras empresas, 2,2 (el 48% no lo utiliza casi nunca y el 5% lo utiliza más que el castellano).
- En el caso de la construcción el uso es todavía menor, 1,3 puntos (el 62% no lo utiliza casi nunca, y en ninguna empresa se utiliza más que el castellano).

El uso del euskera apenas cambia según el tamaño de las empresas, aunque se utiliza un poco más en empresas de mayor tamaño. En empresas de entre 100 y 250 trabajadores, se utiliza algo menos que la media, 2,7 puntos, y algo más en empresas entre 251 y 500 trabajadores, 3,2 puntos, y en empresas de más de 500 trabajadores, 3,3 puntos. Como podía esperarse, las mayores diferencias que se dan en el uso del euskera son en virtud del territorio y la zona sociolingüística.

GRÁFICO 15

Uso del euskera en las grandes empresas según el territorio y la zona sociolingüística (escala de 0 a 10). CAV, 2003



Fuente: *Uso del euskera en las grandes empresas de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

Pero detrás de esa media, domina la variedad. Muchas empresas utilizan el euskera en la comunicación oral, pero en no la escrita, o viceversa. Para captar las combinaciones que se dan respecto al uso del euskera, es preciso desarrollar una tipología de uso para los modos de comunicación.

En primer lugar, se ha aplicado el factor de análisis para cuatro tipos de uso, y a la vista de que los primeros dos factores explican el 82% del cambio, se han tomado como

punto de partida esos dos factores para desarrollar una tipología adecuada. Es decir, se han tomado como punto de partida esos dos factores que recogen el uso oral del euskera (el interno más que el externo) y el uso escrito (el externo más que el interno). La tipología resultante distingue nueve tipos de grupos de empresa, y esos grupos explican el 90% del cambio de los dos factores.

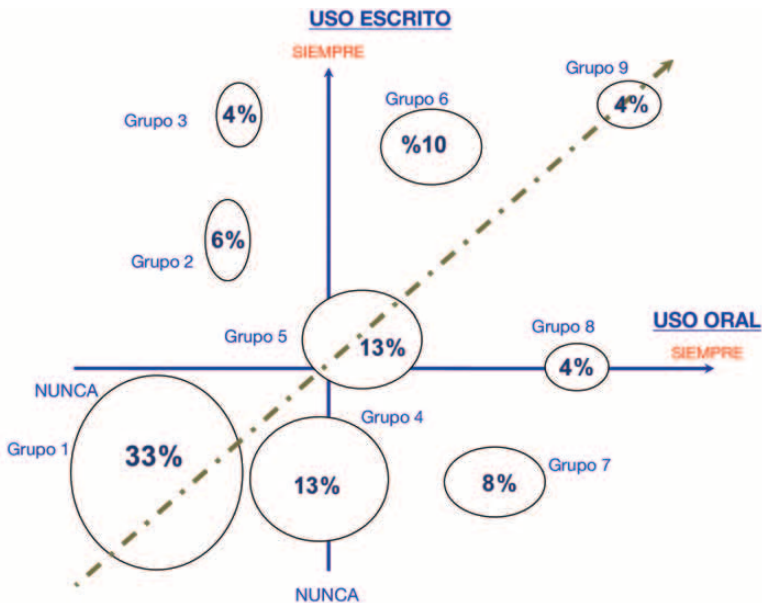
En el siguiente gráfico se representa el plano que forman los dos factores (en el eje horizontal el uso oral y en el vertical el uso escrito). El centro de las coordenadas se corresponde con la media de empresas, con las empresas que tienen las siguientes puntuaciones: 2,9 en uso oral interno, 3,2 en uso oral externo y 2,9 en uso escrito externo.

En la parte superior del gráfico, a la derecha, se encuentra el grupo 9 (4%). Dos tercios de las empresas son del sector de servicios y un tercio del sector de la industria. La mayoría de ellas son empresas de entre 100 y 250 trabajadores que se ubican en la 2.^a y 3.^a zona de Gipuzkoa, tienen capital vasco, y venden sus productos o servicios en Euskal Herria, principalmente al consumidor final. Utilizan casi siempre el euskera de la siguiente manera: 8,6 en cuanto al uso general (8,5 en el oral interno, 9,3 en el oral externo, 9,5 en el escrito interno y 9,3 en el escrito externo).

En la parte inferior, a la izquierda, está el grupo 1 (33%). Es el grupo más amplio, y lo constituyen las empresas que no utilizan nunca el euskera: 0,4 puntos en cuanto a uso general (0,4 en oral interno, 0,5 en oral externo, 0,7 en escrito interno y 0,3 en escrito externo). El 55% de las empresas son del sector industrial, el 17% empresas que prestan sus servicios a otras empresas, y el 10% empresas de la construcción. La mayoría

GRÁFICO 16

Uso del euskera en función de la tipología de las empresas



son empresas de entre 100 y 250 trabajadores, que venden sus productos o servicios principalmente a otras empresas foráneas.

Por otra parte, están también los *grupos 4, 7 y 8*. Son el 30% del total. La mayoría son empresas del sector industrial y venden sus productos a otras empresas de fuera de *Euskal Herria* (4 y 7). Según la zona sociolingüística, utilizan el euskera en la comunicación oral (más en la interna que en la externa), y poco en la escrita:

– *Grupo 4* (18%). Utilizan bastante el euskera en la comunicación interna oral (3,1), poco en la oral externa (1,9) y muy poco o nada en la comunicación escrita (1,2 en la interna y 0,3 en la externa).

La mayoría corresponden al sector industrial y venden sus productos a otras empresas, principalmente fuera de *Euskal Herria*.

– *Grupo 7* (8%). Utilizan el euskera en la misma o mayor proporción que el castellano en la comunicación oral (5,9 en la interna y 5,6 en la externa), y lo utilizan muy poco o nada en la escrita (1,3 en la interna y 0,4 en la externa).

Casi todas corresponden al sector industrial y tienen entre 100 y 250 trabajadores.

– *Grupo 8* (4%). Utilizan el euskera más que el castellano en la comunicación oral (7,3 en la interna y 7,6 en la externa) y en la interna escrita (7,4), pero lo utilizan bastante poco en la externa escrita (2,5).

Casi todas corresponden al sector industrial, están en Gipuzkoa, y venden sus productos a otras empresas.

En la parte superior de la línea están los grupos, 2, 3 y 6. Son empresas del sector de servicios, y utilizan el euskera en la comunicación escrita, siempre y cuando el servicio se preste para *Euskal Herria* y el cliente sea el usuario final. Salvo en el caso de relaciones con el cliente, utilizan muy poco el euskera en la comunicación oral:

– *Grupo 2* (6%). Utilizan el euskera muy poco en la comunicación oral (1,7), algo en la interna oral (3,0) y bastante o mucho en la comunicación escrita (4,5 en la interna y 7,1 en la externa). La mayoría corresponden al sector de servicios y más de un tercio tienen más de 500 trabajadores. Tienen capital vasco y venden sus servicios o productos principalmente en *Euskal Herria*, tanto a empresas como a consumidores finales.

– *Grupo 3* (4%). Utilizan muy poco el euskera en la comunicación interna oral (1,9), bastante en la oral externa (4,5) y casi siempre en la comunicación escrita (8,3 en la interna y 9,6 en la externa). La mayoría corresponden al sector de servicios y el 40% tiene más de 500 trabajadores. Tienen capital vasco y venden sus servicios o productos en *Euskal Herria*, principalmente al consumidor final.

– *Grupo 6* (10%). Utilizan bastante el euskera en la comunicación interna oral (4,5), mucho en la externa oral (7,4) y en la interna escrita (7,7), y siempre en la

externa escrita (9,3). La mayoría son del sector de servicios, tienen capital vasco, y venden sus productos o servicios en Euskal Herria, principalmente al consumidor final.

Por último, está *el grupo 5 (13%)*. Utilizan bastante el euskera, tanto en la comunicación oral (3,6 en la interna y 3,6 en la externa) como en la escrita (4,3 en la interna y 4,1 en la externa). Tienen un perfil similar al perfil medio, salvo la ubicación geográfica (son de la 3.ª y 2.ª zona sociolingüística, y más de la mitad están en Gipuzkoa).

Resumiendo, el factor más influyente en el uso del euskera es la zona sociolingüística en la que está ubicada la empresa, ya que es el factor que en gran medida determina el uso en la comunicación oral, sobre todo en la interna. A continuación, se encuentran el sector de actividad y el mercado geográfico, y el receptor de los productos o servicios. Esos factores explican el uso que se da en la comunicación interna, principalmente en la escrita. Dejando a un lado el sector de la enseñanza, ya que se trata de una excepción, el uso es algo mayor en los sectores que venden sus servicios en Euskal Herria y al vendedor final, tales como el sector bancario y de seguros, el sector comercial y de hostelería y en sectores de otro tipo de servicios. Por último, es preciso señalar el factor de contar con planes o criterios para normalizar el uso del euskera. Debido a ese factor relacionado con el tamaño de las empresas, el euskera se utiliza más en unas empresas que en otras, a pesar de ser empresas con las mismas condiciones en los demás factores.

Situación lingüística de comercios al por menor, restaurantes y bares

Para completar la descripción de la situación, se han realizado otros dos estudios: el primero, en los comercios al por menor, y el segundo, en los bares.

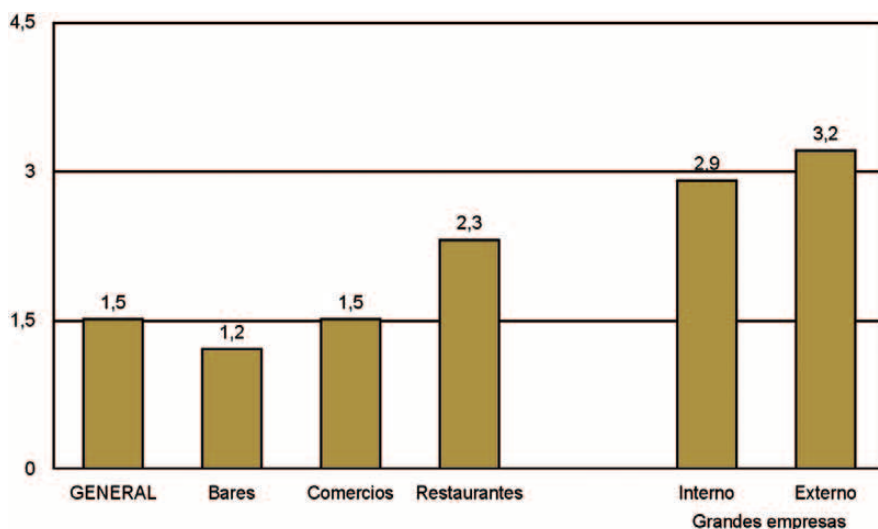
Se analizaron cuatro ramas de actividad en el estudio realizado en los comercios: alimentos y bebidas; confección, prendas y calzado; electrodomésticos, radio, televisión y sonido; papelerías, librerías y periódicos. Estas ramas de actividad conforman más de la mitad de los establecimientos comerciales al por menor, y los resultados según las ramas de actividad han sido homogéneos. Por contra, hay diferencias en el uso que se le da al euskera en restaurantes y bares, y, por ello, se han analizado por separado.

La muestra ha estado formada por 800 comercios y 500 restaurantes y bares, y casi nadie ha rehusado responder a la encuesta.

Uso del euskera en la comunicación oral

El uso oral del euskera en comercios, restaurantes y bares de la CAPV es muy reducido, 1,5 puntos de media en una escala de 0 a 10. El uso es muy reducido en los tres colectivos, a pesar de que el de los restaurantes es considerablemente superior a la media, con 2,3 puntos. El de los comercios, en cambio, coincide con la media, y es inferior a la media en los bares, con 1,2 puntos. Si se compara con las grandes empresas, el nivel de uso desciende a la mitad, ya que su media es de 3,0 puntos (2,9 en uso interno y 3,2 en externo).

Uso del euskera en la comunicación oral (escala de 0 a 10). CAV, 2003



Fuente: *Uso del euskera en comercios, bares y restaurantes de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

Según el uso de 1,5 puntos de media, el 70% de los establecimientos no utiliza nunca el euskera, el 14% utiliza más el castellano, el 7% una lengua tanto como la otra, y el 9% utiliza más el euskera.

Los que nunca utilizan el euskera representan el 77% de los bares, el 70% de los comercios y el 49% de los restaurantes. Los que, por contra, utilizan el euskera más que el castellano representan el 7% de los bares, el 9% de los comercios y el 12% de los restaurantes.

En lo que a las grandes empresas hace referencia, las que nunca utilizan el euskera en la comunicación interna oral representan el 39%, y las que no lo utilizan nunca en la comunicación externa el 43%. Los que utilizan más el euskera que el castellano, en cambio, son el 10% en lo que se refiere a la comunicación interna y el 19% en lo que se refiere a la externa.

La razón de un uso tan reducido del euskera en la comunicación oral se debe a que en el 62% de los establecimientos no hay nadie que sepa euskera. Para ser más exactos, no hay nadie que sepa euskera en el 68% de los bares, el 64% de los comercios y el 34% de los restaurantes.

La mayoría de los establecimientos son muy pequeños, de uno o dos trabajadores, y considerando que el número de vascohablantes es del 29% tomando en cuenta toda la población, es lógico que en más de la mitad de ellos nadie sepa euskera. Los restaurantes quedan, en parte, fuera de esa regla, ya que no son tan pequeños y, como media, suelen estar ubicados en zonas más vascohablantes.

Por lo tanto, la pequeña dimensión de los establecimientos y la realidad sociolingüística propician que nadie sepa euskera en la mitad de los establecimientos, y que, en consecuencia, no se utilice nunca esa lengua.

Sea como fuere, eso no significa que en los establecimientos más grandes se hable mucho más euskera, ya que su nivel de uso es de un 2,2, por un 1,2 en el caso de los pequeños. En última instancia, las zonas lingüísticas en las que están ubicados los establecimientos representan un factor que explica en gran manera el uso de la lengua.

Uso del euskera en la comunicación escrita

Primeramente, hay que destacar que en la mayoría de los establecimientos la comunicación escrita se utiliza poco, y que en muchos casos se limita a la rotulación y a los tickets y las facturas.

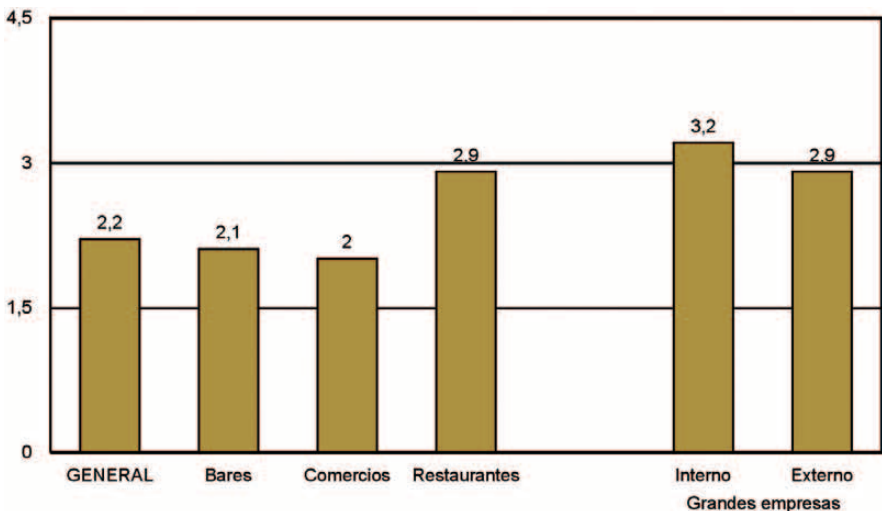
De todos modos, la comunicación escrita se utiliza poco en comercios, restaurantes y bares, y la media correspondiente a ese uso en una escala de 0 a 10 es de 2,2 puntos. Con todo, supera en 0,7 puntos la correspondiente al uso oral.

El uso en los restaurantes supera claramente, también en esta ocasión, la media, ya que se sitúa en 2,9 puntos. En bares y comercios, en cambio, es algo menor, de 2,1 y 2,0 puntos respectivamente.

El uso escrito que se le da al euskera también es algo menor en este caso que en el de las grandes empresas, ya que se sitúa en 3,0 puntos (3,2 puntos en uso interno y 2,9 en externo), a pesar de que la diferencia sea menor que la correspondiente al uso.

GRÁFICO 18

Uso del euskera en la comunicación escrita (escala de 0 a 10). CAV, 2003



Fuente: *Uso del euskera en comercios, bares y restaurantes de la CAV (2003)*. Viceconsejería de Política Lingüística. Gobierno Vasco.

Según el uso medio de 2,2 puntos, el 58% de los establecimientos no utiliza nunca el euskera, el 19% lo utiliza en menos de la mitad de los ámbitos, el 10% en la mitad de ellos, el 5% en más de la mitad y el 8% siempre.

Los que no utilizan nunca el euskera representan el 54% de los bares, el 63% de los comercios y el 43% de los restaurantes. Los que lo utilizan siempre representan el 7% de los bares, el 8% de los comercios y el 10% de los restaurantes.

Entre las grandes empresas, las que no utilizan nunca el euskera en la comunicación interna escrita representan el 46% y las que no lo utilizan nunca en la comunicación interna representan el 56%. Las que lo utilizan siempre en la comunicación interna representan el 14% y las que lo utilizan siempre en la externa el 18%.

Aunque no coincidan exactamente, existe una gran relación entre el uso que se le da al euskera en la comunicación oral y escrita. Por otra parte, también en este caso es la zona sociolingüística en la que están ubicados los establecimientos la que explica en gran medida los pormenores de la comunicación escrita.

Respecto al tamaño, es en los establecimientos más grandes donde más se utiliza el euskera, aunque las diferencias no sean muy grandes, ya que a las más grandes les corresponden 3,2 puntos y a las más pequeñas 2,1.

Uso general: tipología del uso oral y escrito

Los usos que se le dan al euskera en la comunicación oral y en la escrita están bastante relacionados, aunque el uso en ambas formas comunicativas no sea homogéneo, y hay establecimientos que pese a utilizar el euskera en la comunicación oral, no lo utilizan en la escrita y establecimientos en los que se da el caso contrario. Al igual que en el caso de las empresas grandes, se ha realizado una tipología del uso para conocer las combinaciones que se dan en el uso del euskera respecto a la comunicación oral y escrita. Está formada por nueve grupos de establecimientos, representados en el gráfico que se detalla a continuación.

En el gráfico, el eje horizontal representa el uso oral y el vertical el escrito. La zona de coordenadas coincide con el centro de la escala del uso, con el 5 correspondiente al uso oral y con el 5 correspondiente al uso escrito, es decir, con el tipo de establecimiento que utilizaría el euskera y el castellano al mismo nivel y utilizaría el euskera en la mitad de las ocasiones o ámbitos en lo que a la comunicación escrita hace referencia. La superficie de los grupos, por su parte, no representa la dispersión, sino el número de establecimientos de cada grupo. Se ha incorporado un gráfico que representa la tipología de las grandes empresas, a modo de recordatorio de sus resultados.

Como puede apreciarse, la mitad de los comercios, restaurantes y bares no utilizan nunca el euskera en la comunicación oral ni en la escrita, y tres de cada cuatro (los tres grupos situados en el ángulo inferior izquierdo del tercer cuadrante) lo utilizan poco o nada.

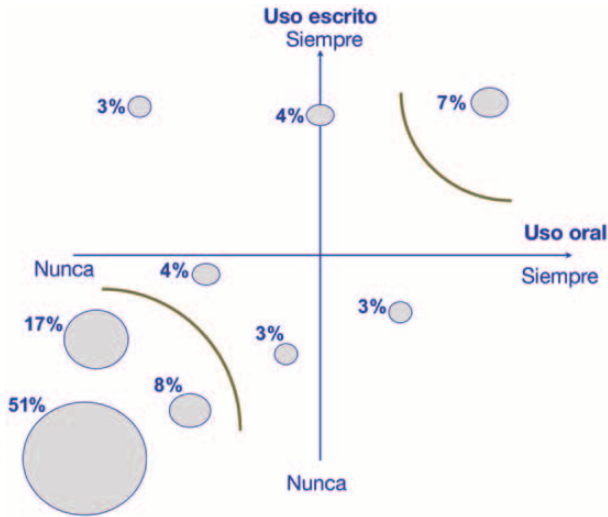
En las grandes empresas, en cambio, es una de cada tres empresas la que no utiliza nunca el euskera en la comunicación oral ni escrita, y la mitad (los dos grupos situados en el ángulo inferior izquierdo del tercer cuadrante) los que lo utilizan poco o nada.

En el extremo contrario, únicamente el 7% de los comercios, restaurantes y bares utiliza el euskera tanto en la comunicación oral como en la escrita. Dicho porcentaje es mayor que el correspondiente a las grandes empresas (4%).

En resto del plano lo constituyen los establecimientos que utilizan el euskera más o menos en esos dos tipos de comunicación, esto es, el 17% de los comercios, restaurantes y bares, y el 45% en el caso de las grandes empresas.

GRÁFICO 19

Uso del euskera en función de la tipología de los establecimientos



Resumiendo

- La mayoría de los comercios, restaurantes y bares son establecimientos muy pequeños, de uno o dos trabajadores, y utilizan muy poco el euskera, tanto en la comunicación oral (1,5 puntos en la escala de 0 a 10) como en la escrita (2,2 puntos), ya que en dos de cada tres establecimientos, en el 64%, no hay nadie que sepa euskera.
- Aproximadamente la mitad no utiliza nunca el euskera, y tres de cada cuatro muy poco o nada. En el extremo contrario, en cambio, son únicamente el 7% los que lo utilizan siempre o casi siempre. Según los colectivos, el uso es algo mayor en los restaurantes que en los comercios y bares.
- El uso es considerablemente inferior al de las grandes empresas (3,0 en la comunicación tanto oral como escrita). Un tercio de las mencionadas grandes empresas no utiliza nunca el euskera, y la mitad poco o nada.

- Además de en el caso de los comercios, restaurantes y bares, el factor explicativo fundamental del uso del euskera es la zona sociolingüística en la que están ubicados los establecimientos, siendo, asimismo, el factor casi único que determina su uso en el caso de los comercios, restaurantes y bares, principalmente en la comunicación oral. Es preciso señalar que son los establecimientos que tienen el euskera como lengua cotidiana aquellos que reúnen las condiciones para ese uso, es decir, aquellos cuyos todos sus trabajadores, o casi todos, y la mayoría de los clientes son vascohablantes.
- Junto a la zona sociolingüística, también tiene su importancia la pequeña dimensión de comercios, restaurantes y bares, no porque en los más grandes se utilice mucho más, sino porque en la mayoría de los establecimientos de uno o dos trabajadores de las zonas más castellanohablantes, como es lógico, nadie sabe euskera (en el 64% de ellos) y, en consecuencia, el uso que se le da al euskera en la comunicación oral es casi nulo. En las grandes empresas, en cambio, al ser elevado el número de trabajadores, de más de 100 en concreto, el porcentaje de empresa en la que casi nadie (<5%) sabe euskera es mucho menor, del 22%.
- Por último, sólo el 3% de los comercios, restaurantes y bares dispone en el establecimiento de alguna medida o norma para promocionar el uso del euskera. En las grandes empresas, en cambio, el porcentaje es del 31%.
- Son estos dos últimos factores, el de la norma y el de las medidas para la normalización lingüística, los que permiten que el uso del euskera sea considerablemente superior en las grandes empresas. Por lo tanto, en este caso, a diferencia de los comercios, restaurantes y bares, el uso del euskera no depende únicamente de la zona sociolingüística.

Análisis de la situación:
variables favorables y desfavorables

En este apartado, hemos pretendido resumir aquellas variables influyentes en la promoción del uso del euskera —y sobre todo en el ámbito socioeconómico— tanto favorables como desfavorables. Ese análisis nos ayudará a fijar las bases del futuro y los objetivos, así como las líneas de trabajo necesarias para lograrlo.

Hemos denominado puntos débiles a las variables, situaciones y acontecimientos internos que son un impedimento para lograr los objetivos, y puntos fuertes, por contra, a los hechos o variables del sector que facilitan la consecución de los objetivos. Hemos denominado amenazas a las variables, situaciones y acontecimientos de fuera del sector que son un impedimento para lograr los objetivos, y posibilidades, por contra, a los hechos o variables de fuera del sector que facilitan la consecución de los objetivos.

En las siguientes páginas, se analizarán más detalladamente todos esos factores favorables y desfavorables. Centrémonos, pues, en los puntos débiles, primeramente:

Puntos débiles

1. *Tasa de uso*: el uso del euskera es menor en el ámbito socioeconómico que en casa y en la comunidad cercana. Un tercio de las grandes empresas no utiliza nunca el euskera, y la mitad, poco o nada. Aproximadamente la mitad de los comercios, restaurantes y bares no utiliza nunca el euskera.
2. *Competencia lingüística de los trabajadores*: En las grandes empresas, el porcentaje de empresas en las que casi nadie (<5%) sabe euskera es del 22%. La mayoría de los comercios, restaurantes y bares de la CAPV son establecimientos muy pequeños, de uno o dos trabajadores, y utilizan muy poco el euskera. En dos de cada tres de dichos establecimientos, en el 64%, nadie sabe euskera.
3. *Medidas para promocionar el uso del euskera*: únicamente el 3% de los comercios, restaurantes y bares dispone en el establecimiento de algún tipo de medida o norma para promocionar el uso del euskera. En las grandes empresas, por contra, el porcentaje es del 31%.
4. *Beneficio económico*: el euskera no reporta beneficios económicos y materiales a la empresa, y, en consecuencia, se considera más como coste de escasa rentabilidad que como posibilidad de mercado.
5. *Falta de demanda*: no existe demanda del euskera, ni en la sociedad en general ni en las empresas. El cliente no pide los servicios o los productos en euskera. Consecuentemente, el interés de los empresarios es también pequeño. Se puede vivir sin necesitar el euskera, y en ciertas ocasiones, incluso puede llegar a ser un factor contraproducente, fuera de su ámbito geográfico.
6. *Escaso prestigio como lengua de trabajo*: los casos de las empresas que realizan su trabajo cotidiano diariamente en euskera no se han difundido, y en la sociedad está extendida la idea de que el euskera no sirve para ser una lengua de trabajo independiente.

7. *Escasez de recursos*: los instrumentos básicos que pueden resultar útiles para realizar el trabajo en euskera no se han desarrollado suficientemente: banco de documentos estándar y documentos regulados del mundo del trabajo, currículum de cursos breves específicos, preparación profesional continua, etc.
8. *El mayor número de empresas está ubicado en zonas no vascófonas*: las 158.840 empresas y establecimientos (EUSTAT 2002) se distribuyen de la siguiente manera:
 - 1.ª zona lingüística: 75.775 establecimientos (48%) y 45,7% de los puestos de trabajos.
 - 2.ª zona lingüística: 38.696 establecimientos (25%) y 23,1% de los puestos de trabajo.
 - 3.ª zona sociolingüística: 33.696 establecimientos (21,85%) y 26,3% de los puestos de trabajo.
 - 4.ª zona sociolingüística: 6.673 establecimientos (4,3%) y 4,8% de los puestos de trabajo.
9. *Escasa concienciación de los agentes socioeconómicos públicos y privados*: la mayoría de los esfuerzos por llevar el euskera al mundo laboral se han realizado desde el mundo del euskera, y no tanto por los agentes del mundo laboral; aunque últimamente se han orientado diversas iniciativas, es preciso enfatizar la transversalidad del euskera.
10. *Actitudes indiferentes y en algun caso defensivas*: se detecta que principalmente en los ámbitos sociolingüísticos castellanohablantes predomina la indiferencia respecto al euskera.
11. *Los criterios lingüísticos no se cumplen siempre en las contrataciones públicas*: unido a la transversalidad del euskera, debería hacerse un especial esfuerzo por parte de todas las administraciones para coincidir en los criterios lingüísticos imponibles, y para exigirlos y cumplirlos.
12. *No se da a conocer lo realizado*: no se ha dado a conocer y no se han difundido los esfuerzos realizados y los resultados logrados durante estos años en empresas y establecimientos.

Puntos fuertes

1. *Elemento unificador*: el euskera conlleva valores de cohesión, identificación y proximidad importantes en el campo de la empresa, que humanizan las relaciones laborales, ayudan a satisfacer al personal y que, por lo tanto, desde el aspecto económico impulsan la productividad.
2. *Valor añadido*: las empresas que ofrecen servicios y productos de calidad en euskera están ofreciendo una calidad mayor, porque muestran por su parte atención personalizada, cercanía cultural y preparación. Tienen, por lo tanto, valor añadido. Habida cuenta que ayudan a satisfacer al último eslabón de la cadena de valor, al cliente, el euskera también puede activarse como posibilidad de mercado.

3. *Símbolo de cultura de la calidad*: se están consolidando nuevas formas de gestión en el mundo de la empresa, se está difundiendo y generalizando la cultura de la calidad. No es casual que muchas empresas que aúnan el euskera y el trabajo cotidiano lancen procesos para gestionar la calidad y que muchas de ellas reciban reconocimientos del más alto nivel. Muchas de las mejores trabajan también en euskera.
4. *Elemento de marketing, diferenciador*: en un tiempo en el que la internacionalización de los mercados se ha convertido en algo habitual, el comercio y la industria vasca pueden utilizar el euskera como argumento de marketing, convirtiéndolo en aspecto de la imagen y la marca de la empresa. A las empresas les resulta cada vez más necesario trabajar y desarrollar elementos identificadores. La marca o label de la sociedad vasca podría ser el origen de la empresa y el uso de la lengua vinculada a ese origen, y eso también en el campo socioeconómico.
5. *Imagen de empresa dinámica*: las empresas que se impliquen en proyectos lingüísticos serán aquellas que tengan capacidad de respuesta ante los retos. Proyectará una imagen de empresa dinámica capaz de emprender proyectos innovadores y progresistas ante sus clientes, proveedores y ante toda la sociedad circundante.
6. *Programa puesto en marcha y experiencia acumulada*: el uso del euskera en la empresa puede aumentarse mediante un modo planificado de su uso. Han transcurrido ya quince años desde que el Gobierno Vasco creó este programa y puso en marcha los primeros planes de euskera, y los resultados obtenidos nos muestran que es posible aumentar el uso del euskera mediante una planificación, y poder funcionar, si así se desea, mayoritariamente en euskera.
7. *Responsabilidad social de las empresas*: la escuela y la universidad vasca, entre otros, son resultado de años de trabajo social de la sociedad vasca. Y la salida natural de esos logros es el mundo laboral. Por ello, porque la empresa vasca está enraizada en una determinada geografía humana y cultural, ha de saber coincidir con las aspiraciones de su comunidad. Debe ser precursora y un agente activo en la promoción del uso del euskera.
8. *Voluntad de diversas empresas y trabajadores*: para que el uso del euskera aumente en la actividad tanto interna como externa de la empresa, diversas empresas y trabajadores han mostrado una actitud voluntariosa y han realizado una inversión para ello.
9. *Futuro prometedor*: la mayoría de los empresarios y comerciantes tienen claro que conforme avancen los años serán cada vez más los clientes que sepan euskera, y que, por lo tanto, aumentar la presencia del euskera tendrá una influencia positiva en la calidad del servicio y en la imagen.

Amenazas

1. *Situación sociolingüística diversa*: la diversa situación sociolingüística del euskera condiciona su uso. En lo que al ámbito socioeconómico hace referencia, el factor más influyente en el uso del euskera es la zona sociolingüística.

2. *Red relacional en euskera*: el uso está totalmente condicionado por la red relacional en euskera. Entre amigos y compañeros de trabajo tal vez no sea necesario que todos sepan euskera, pero sí que lo sepa la mayoría de ellos.
3. *Previsión de que el mundo laboral se euskaldunizará de un modo natural*: en la mayoría de las ocasiones, ocurre a la inversa: el nivel de destreza en euskera logrado por los trabajadores recién incorporados en sus tiempos estudiantiles se debilitará si sólo utilizan el castellano. Al cabo de unos años, no tendrán facilidad para utilizar el euskera, al menos de cara a las funciones laborales. Si esta tendencia se generaliza, los jóvenes no verán ninguna ventaja en ser educados y adiestrados en euskera, a medida que se percaten de que en sus futuros centros de trabajo sólo se utiliza el castellano.

Desde el punto de vista de la promoción del uso del euskera, no incidir en el mundo laboral puede poner en tela de juicio el trabajo realizado en otros ámbitos, ya que el centro de trabajo puede convertirse en un centro de castellanización de vascohablantes.
4. *Competencia con lenguas extranjeras*: principalmente el inglés y el alemán están adquiriendo una importancia cada vez mayor en la comunicación interna y externa de la empresa.
5. *El número de vascohablantes*: Según el censo de 2001 de la CAPV, los ciudadanos bilingües son poco más de un tercio de la población (32,2%). En números absolutos, son 639.296 personas las que se expresan bien o bastante bien tanto en euskera como en castellano.
6. *El ejemplo de la administración*: la administración puede ejercer una gran fuerza de tracción en la normalización del ámbito socioeconómico, cosa que difícilmente podrá ocurrir si la administración no es capaz de cumplir los objetivos que se ha impuesto a sí misma.
7. *Euskera y aspecto ideológico*: el euskera se considera como valor cultural-ideológico. El clima político revuelto de estos últimos tiempos ha dificultado que las empresas impulsaran el euskera en general, y principalmente en la identidad visual o en las relaciones externas.
8. *Oferta escasa en formación profesional y formación laboral continua en euskera*: aunque la oferta para cursar estudios técnicos en euskera sea cada vez mayor, las carencias son aún considerables en la formación profesional y en la formación laboral continua.
9. *Aprender euskera, arduo trabajo de escasa recompensa*: el esfuerzo que conlleva aprender euskera a menudo no tiene compensación. Si no se percibe una demanda por parte de la sociedad, el euskera carecerá de atractivos, y el intento de promoción de su uso adquirirá un cariz de artificialidad.
10. *Dependencia de la coyuntura económica*: el aumento de planes de euskera de las empresas ha tenido lugar en ciclos económicos favorables. No deberíamos olvidar, sin embargo, que si los ciclos económicos empeoran, muchos planes de euskera pueden quedar en suspenso como consecuencia de la reducción de gastos de empresa.

11. *Cambio de los hábitos de compra*: durante estos últimos años han cambiado considerablemente los hábitos de compra de los clientes, en lo que han influido, en gran medida, la apertura de grandes superficies.

Oportunidades

1. *Aumento del uso del euskera*: el uso del euskera, su presencia en la sociedad en general, es mayor en 2001 que en 1991. Ese aumento se produce en todos los grupos de edad, y es de reseñar el de los euskaldunzaharras y euskaldunberris jóvenes que se expresan en euskera tanto como se expresan en castellano.
2. *Aumento del uso público del euskera*: el uso público del euskera ha aumentado durante los últimos diez años. En el sector socioeconómico el euskera se utiliza más hoy en día que hace diez años. El aumento del uso del euskera ha sido mayor en el sector socioeconómico que en los demás ámbitos de uso.
3. *Oferta del euskera*: Según los resultados de la III Encuesta Sociolingüística, cuanto mayor es la oferta en euskera en los ayuntamientos, servicios sociales y de salud, educación y empresa privada, más utilizamos los ciudadanos el euskera.
4. *Red relacional*: para garantizar su uso, es preciso un mínimo o umbral en la densidad de vascohablantes de la red relacional. No se puede garantizar el uso del euskera por debajo de ese nivel mínimo. En la familia ese nivel es evidente: todos los miembros han de saber euskera. Basta con que sólo uno no lo sepa para que el uso del euskera disminuya notablemente. Con los amigos y compañeros de trabajo, en cambio, tal vez no sea preciso que todos sepan euskera para garantizar el uso, pero sí que la mayoría lo sepa.
5. *Conocimiento lingüístico relativo*: la importancia del conocimiento lingüístico relativo es mayor en la familia y entre los amigos, que entre los compañeros de trabajo.
6. *Características de los sectores que trabajan por aunar el ámbito socioeconómico y el euskera*: Desde que el Gobierno Vasco puso en marcha un programa para el ámbito socioeconómico y particularmente desde que empezó a conceder subvenciones, han sido cada vez más las empresas que han participado. Además de esas empresas, hay otras más que teniendo en marcha iniciativas de ese tipo, no han intervenido en convocatorias de subvención. Es preciso incorporar a ese grupo el conjunto de empresas que ofrece productos y servicios que tienen como característica específica el propio euskera, en suma, el conjunto de empresas de la actividad cultural vasca.
7. *Intento por orientar en la misma dirección dinámicas a favor de la promoción del uso del euskera*: si se pretende avanzar en la normalización del ámbito socioeconómico, es preciso articular dinámicas y orientarlas en la misma dirección, articular iniciativas orientadas por las administraciones públicas, los agentes socio-laborales, las propias empresas y las empresas de servicios. El Plan General de Promoción del Uso del Euskera (EBPN) abre la vía para ello.

8. *Nuevas generaciones*: a consecuencia del trabajo realizado en el ámbito de la educación, el número de vascohablantes aumenta particularmente en los grupos de edad jóvenes.
9. *Tendencia al alza del uso del euskera*: a pesar de que el uso es muy reducido en lo que al mundo laboral respecta, el aumento del uso del euskera ha sido mayor en el sector socioeconómico que en las demás áreas de uso.

El uso del euskera es mayor en 2001 que en 1991. Ese aumento se produce en todos los grupos de edad, y es de reseñar el de los euskaldunzaharras y euskaldunberris jóvenes que se expresan en euskera tanto como se expresan en castellano. Los primeros representaban el 14,5% en 1991, y el 19,8% en 2001. El porcentaje de los segundos es mucho menor (4,5% en 2001), pero hay que tener en cuenta que diez años antes no había ni uno sólo.
10. *Posibilidad de cursar estudios técnicos en euskera*: aunque haya carencias, actualmente existe una posibilidad bastante amplia de cursar estudios técnicos en euskera.
11. *Posibilidad de puesto de trabajo*: cada vez son más las ofertas de trabajo que incluyen el euskera como condición o mérito, dejando a un lado las de la administración. Se observa que desde ese aspecto el nivel de conocimiento ha aumentado, principalmente en los trabajos cualificados.
12. *Aumento de la actitud de cliente*: a la hora de solicitar o comprar productos, los ciudadanos muestran cada vez más una actitud de cliente, incluido el campo de la lengua. Vinculado a este hecho está la Ley 6/2003, que establece el Estatuto de Consumidores y Usuarios de la CAPV, y que contempla, entre otros, el aspecto relativo a los derechos lingüísticos.
13. *Nuevas tecnologías*: junto con la gestión de la calidad, el uso de las nuevas tecnologías ha conllevado también cambios considerables en el mundo de la empresa. Progresivamente, se han localizado al euskera instrumentos estándar de ofimática y programas diferenciados, incluso en software libre. Además, gracias a la importancia estratégica que tienen en el ámbito de las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación, en estos momentos se están desarrollando motores de síntesis de voz y reconocimiento de voz por un lado, y tecnología para la traducción mecánica por otro, que tendrán múltiples aplicaciones en el mundo laboral. Aún no se ha perdido el tren de las nuevas tecnologías, pero hay que reforzar e impulsar, antes de que sea tarde, la investigación en ese campo, tanto la básica como la aplicada.
14. *Cambio de los hábitos de compra*: tal y como se ha señalado en las amenazas, durante estos últimos años han cambiado considerablemente los hábitos de compra de los clientes, en lo que han influido, en gran medida, la apertura de grandes superficies. Eso conlleva que aplicando debidamente los criterios lingüísticos en esas grandes superficies, la incidencia puede ser grande con un coste pequeño, dado que el ámbito se encuentra muy definido.

Buscando un acercamiento más sistemático:
propuestas y pautas de trabajo

En opinión de los expertos en planificación lingüística, la puesta en práctica de la normalización del euskera, además de conllevar un crecimiento del número de hablantes de la lengua, significa también que esos hablantes han de llegar a utilizar el euskera en todas las situaciones comunicativas. A tales efectos, el principal objetivo del Plan General de Promoción del Uso del Euskera es determinar e impulsar medidas de política lingüística necesarias para garantizar las posibilidades de las que han de disponer los ciudadanos que desean vivir en euskera, en definitiva, impulsar los pasos a favor del euskera para lograr su total recuperación en Euskal Herria, a escala personal, social y oficial.

Gracias al trabajo de la sociedad vasca y como consecuencia de la política lingüística puesta en marcha, se han dado pasos reseñables en las funciones sociolingüísticas, aunque, a pesar de ello, la situación del euskera es aún similar a las de las demás lenguas minoritarias y minorizadas, ya que su presencia es muy débil en varios ámbitos sociales, siendo el mundo laboral una muestra de ello.

El esfuerzo de euskaldunización realizado durante largos años por la escuela no ha tenido la suficiente continuidad en la sociedad: ni en la cultura, ni en la calle, ni en el mundo de la empresa. Y desde el punto de vista de la planificación lingüística, el ámbito laboral requiere una especial atención, entre otras cosas, porque es la salida natural del mundo de la escuela y es el importante y prestigioso ámbito de uso de la madurez. En definitiva, porque se trata de uno de los ámbitos más pragmáticos que puede dotar de credibilidad y madurez al intento de promocionar el uso del euskera, que también ejercerá como fuerza de tracción para fortalecer los logros obtenidos en los demás ámbitos y para ganar nuevos, o que, por contra, de no influir en ese sentido, puede poner en tela de juicio el trabajo llevado a cabo en los demás ámbitos, en la medida en que será un núcleo de castellanización de los vascohablantes.

Una empresa que opera en Euskal Herria, ¿por qué debe afanarse por realizar su trabajo diario (también) en euskera?

En el apartado anterior, cuando se analizaban las posibilidades del sector, ya hemos señalado varios de los beneficios que podría reportar el uso del euskera al mundo laboral. En opinión de diversos representantes de las empresas, el euskera conlleva valores de cohesión, identificación y proximidad importantes en el campo de la empresa, que humanizan las relaciones laborales, ayudan a satisfacer al personal y que, por lo tanto, desde el aspecto económico, impulsan la productividad.

La empresa es una organización, compuesta por personas. Y la mayoría de las veces, resulta difícil orientar en una misma dirección los intereses de todas ellas y encontrar una manera de unirlos. Los trabajadores que se implican en un proyecto para aumentar el uso del euskera, se implican en un proyecto de la empresa, y la empresa, por su parte, recoge las inquietudes y aspiraciones de sus trabajadores y les da una respuesta. Ya se trate de empresarios o trabajadores, altos cargos o sindicalistas, euskaldunzaharras o euskaldunberri, vascohablantes o castellanohablantes, este proyecto exige la participación y el acuerdo de todos.

El desarrollo lingüístico de las personas es parte de su desarrollo profesional e integral.

Las empresas que ofrecen servicios y productos de calidad en euskera están ofreciendo una calidad mayor, porque muestran por su parte atención personalizada, cercanía cultural y preparación. Tienen, por lo tanto, valor añadido, y eso las sitúa en una posición ventajosa respecto a sus competidores, ya que aumenta la calidad palpable en sus servicios y productos.

Desde el punto de vista de la identidad de la empresa, se reflejará la imagen de una empresa dinámica, demostrando que tiene energía para abordar retos y proyectos innovadores, ante clientes, proveedores, competidores y ante la sociedad en general, ya que se mejoran las actividades de cara al público.

El comercio y la industria vasca pueden utilizar el euskera como argumento de marketing, convirtiéndolo en imagen de empresa y aspecto de la marca. En estos tiempos en los que los mercados se amplían y se internacionalizan, a las empresas les resulta cada vez más imprescindible elaborar y desarrollar componentes identificativos.

La economía, el mundo laboral, no están fuera de las estructuras sociales. La nuestra, la sociedad vasca, es una sociedad bilingüe, a resultas del esfuerzo social realizado durante años, y que, además, avanza en dirección favorable a la promoción del uso del euskera. Muestra de ello es el aumento continuo en la matriculación en modelos euskaldunes que se da en el campo de la educación, así como las políticas establecidas por las instituciones públicas del país. Aunque la función principal de la empresa sea crear riqueza, ha de saber coincidir con las aspiraciones de su comunidad, y convertirse en agente activo y precursor de la promoción del uso del euskera en el campo socioeconómico, ahondando en su responsabilidad respecto a la sociedad vasca.

Tal y como se señalaba en el anterior informe del Consejo Asesor del Euskera, el mundo laboral se encuentra entre los ámbitos que debe recuperar el euskera. Mucho queda aún por hacer en esa tarea, aunque no partimos de cero. En las siguientes páginas, conforme a lo señalado por el Plan General de Promoción del Uso del Euskera, se recogen los objetivos que se plantean para este periodo y las líneas de trabajo que se proponen para conseguirlos.

Principales líneas de trabajo

La reingeniería es un término al uso entre las empresas que utilizan el más avanzado modo de gestión. Significa, entre otras cosas, revisar estrictamente y volver a definir los procesos de la empresa, para lograr mejoras considerables en el servicio, el coste, la innovación, etc.

Respecto al programa para incidir en el ámbito socioeconómico, las siguientes líneas de trabajo se hacen públicas dando por sentada la necesidad de una reflexión de ese tipo, pues no en vano han transcurrido quince años desde que en 1990 el Consejo Asesor del Euskera estableció los principios básicos para la normalización del euskera en el mundo laboral, y desde que, posteriormente, la antigua Secretaría General de Política Lingüística, actual Viceconsejería de Política Lingüística, en colaboración con otros agentes, puso en marcha el programa para el mundo laboral, una vez lanzados los primeros planes piloto.

Durante estos quince años, el propio mundo de la empresa ha sufrido un considerable cambio a medida que el modo de gestión vinculado a la calidad y el uso de nuevas tecnologías se han generalizado y se han vuelto habituales, o a medida que ha aumentado la internacionalización de los mercados. Ha cambiado, así mismo, el propio estatus del euskera en la sociedad, a medida que ha ganado nuevos hablantes y espacios, y se ha hecho más visible en la vida social. Y para no extendernos demasiado, otro tanto han tenido que cambiar necesariamente en las empresas para aumentar el uso del euskera y para aplicar las intervenciones planificadas que se diseñaron y se llevaron a cabo para orientar el cambio lingüístico, es decir, los propios planes de euskera.

Por lo tanto, a ojos de este Consejo Asesor del Euskera parece tan razonable como necesario valorar, revisar y ajustar el programa diseñado y llevado a cabo, por un lado, para superar su carácter probatorio, y, por otro, para poder incidir en el futuro de un modo más sistemático y por extensión más amplio desde el punto de vista de la planificación lingüística. Para lograrlo, habrá que reflexionar necesariamente sobre varios aspectos, a veces sobre aspectos que incidirán en la base del programa, precisamente. Y creemos que ese debe ser el punto de partida, siendo así que a continuación se relacionan los temas principales que se deben revisar, respecto a esas bases, siempre según la opinión de este Consejo.

Limitación del ámbito de trabajo: diferenciación de subprogramas

Cuando nos referimos al mundo laboral, estamos abarcando un campo muy amplio, que depende de la complejidad de las diferentes actividades de trabajo.

Si observamos las características de los organismos que participan en los programas lanzados en 1990 y que en la actualidad siguen en vigor, pronto nos daremos cuenta de que se trata de organismos plurales: agentes sociolaborales (sindicatos y otras asociaciones), colegios profesionales, asociaciones, empresas mercantiles, cooperativas, fundaciones, etc.; en lo que al sector económico respecta, predominan empresas del segundo y tercer sector, particularmente las del área industrial del segundo sector. Por lo que al número de empleados hace referencia, comprende desde los organismos con apenas una docena de ellos hasta organismos que cuentan con más de 100 empleados. Y por último, si se toma como criterio el porcentaje de hablantes de euskera, comprende desde organismos en los que no llega al 10% hasta organismos que también participan y cuentan con un índice de más del 80%.

Dentro de esa pluralidad, el único elemento que comparten todos esos organismos es ser jurídicamente una persona privada, o en los casos de las fundaciones, en lo que al capital de creación y la representatividad de órganos de gobierno se refiere, que sean privadas en más de la mitad. Por lo tanto, salta a la vista la pluralidad de los participantes.

En aras a aumentar la presencia del euskera en el comercio y en la hostelería, se creó la Mesa de Trabajo del Comercio de Gipuzkoa, impulsada por la Diputación Foral y en colaboración con la sociedad de investigación SIADECO, para orientar el programa general Euskara Merkataritzara (El Euskera al Comercio); también en Bizkaia se lanzaron iniciativas similares en diversos ayuntamientos, en colaboración con la asociación ARTEZ,

siendo actualmente ALKARBIDE la que aúna y coordina todos los programas de ese ámbito. Así las cosas, y a la luz de los estudios realizados, pese a que el uso y la presencia son muy escasos, se ha acumulado una valiosa experiencia, y se ha creado una metodología y un método de intervención para actuar en esos pequeños establecimientos, junto con otras herramientas.

En esa actuación no se queda atrás el campo de las Finanzas y los Seguros, aunque hasta ahora ese campo no se haya trabajado en un programa concreto.

Así las cosas, proponemos la diferenciación de subprogramas en el ámbito socioeconómico, para que este Consejo oriente planes de normalización específicos en las siguientes áreas:

— *Grandes empresas, aumentando el número de las que disponen de un plan de euskera:*

Los resultados de los trabajos realizados entre empresas de más de 100 trabajadores nos muestran que es la zona sociolingüística en la que está ubicada la empresa el factor más determinante en el uso del euskera, ya que es el factor que, en gran medida, refleja el uso que se da en la comunicación oral, sobre todo, en la interna. Inmediatamente detrás de este factor, aparecen el sector de actividad y el mercado geográfico, y el receptor de los productos o servicios. Estos factores explican el uso que se da en la comunicación externa, sobre todo, en la escrita.

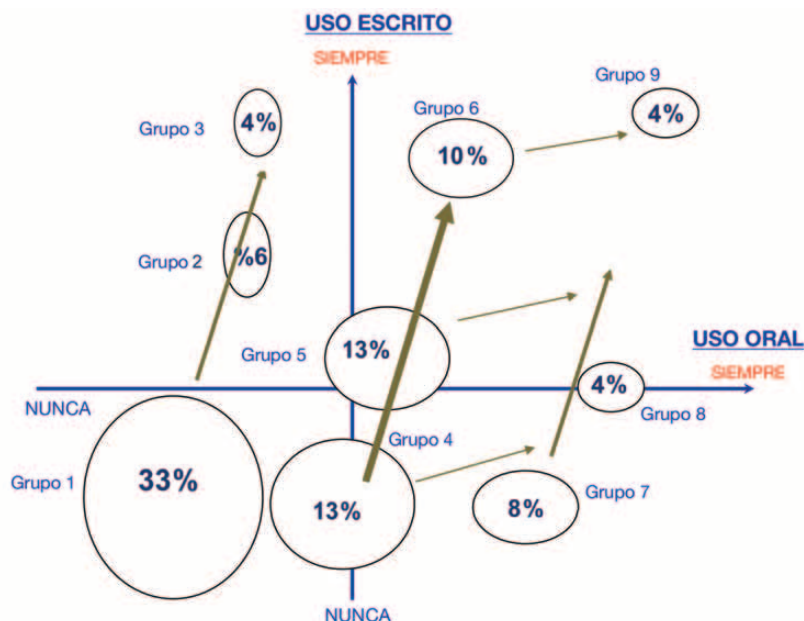
Dejando a un lado el sector de la enseñanza, ya que se trata de una excepción, el uso es algo mayor en los sectores que venden sus servicios en Euskal Herria y al destinatario final directamente, tales como el sector bancario y de seguros, el sector comercial y de hostelería y en sectores de otro tipo de servicios. Por último, es preciso señalar el factor de contar con planes o criterios para normalizar el uso del euskera. Debido al factor relacionado con el tamaño de las empresas, el euskera se utiliza más en unas empresas que en otras, a pesar de ser empresas con las mismas condiciones en los demás factores.

Respecto a tomar medidas destinadas a fomentar el uso del euskera, dado que casi todo está ya inventado y los milagros no existen (sólo existen las excepciones), habría que extender a otras empresas las actuaciones que han obtenido resultados positivos en diversas empresas.

Conforme a esos criterios, y tomando en consideración el gráfico sobre la tipología de empresas que según el uso del euskera se da en los modos de comunicación, pueden definirse dos pautas de actuación principales. Cada una tendrá sus variables según la ubicación de la empresa en el plano. Dichas pautas de actuación son las siguientes:

- Impulsar el uso del euskera en la comunicación escrita en general (paisaje lingüístico, breves escritos, publicaciones y publicidad, por de pronto), y en la comunicación oral con los clientes (idioma de acogida), de modo que sea útil para todo tipo de empresas, al menos, en un principio.
- Impulsar el uso del euskera cuando el número de trabajadores vascohablantes de una empresa supere el umbral mínimo.

Principales líneas de actuación



Será más sencillo, o al menos no tan difícil, llevar a la práctica la primera pauta de actuación y lograr resultados mediante ella. De hecho, las empresas que están en la parte superior del plano ya lo han logrado, y para ello han seguido una de las tres vías que se refleja en el plano:

- *Primera vía:* G1 → G2 → G3. Esta trayectoria tiene como elemento favorable su gran potencial y que el Grupo 1 incluye un gran número de empresas; sin embargo, tal y como se ha observado en el estudio, sólo un 10% de ellas considera importante el uso del euskera en la empresa, y más de un tercio de ellas considera adecuado el volumen de euskera que utilizan.
- *Segunda vía:* G4 → G5 → G6. El número de empresas sigue siendo grande en este caso, y, además, tienen un gran número de trabajadores vascohablantes; sin embargo, la mayoría de las empresas de los grupos 4 y 5 corresponden al sector industrial (venden sus productos a otras empresas de fuera de Euskal Herria). Con todo, es la vía con mayor probabilidad de éxito, y, de hecho, el mayor grupo de la parte superior del plano es el Grupo 6, lo que demuestra que se trata de la vía más exitosa.
- *Tercera vía:* G7 → G8 → G9. En este caso, la mayoría de los trabajadores de los grupos 7 y 8 son vascohablantes, aunque eso también tiene su aspecto negativo, ya que se trata de pocas empresas y la mayoría corresponden al sector industrial.

Llevar a la práctica la segunda pauta de actuación resulta más difícil, así como lograr buenos resultados a través de esa vía. En principio, sólo es válido en los casos en los que

el porcentaje de vascohablantes entre los trabajadores es pequeño, es decir, en empresa del Grupo 4 en adelante. Además, los resultados serán parciales aún en el mejor de los casos; se puede lograr que se hable en euskera en determinadas unidades o departamentos, pero será difícil que se hable en la totalidad de la empresa. Es preciso tener en cuenta que no todos los trabajadores saben euskera.

Eso conllevaría que las empresas que logran resultados basculasen hacia la derecha, pero es muy difícil que el Grupo 6 bascule hacia el Grupo 9, por ejemplo. Para lograr ese objetivo, es imprescindible que ocurra un cambio generacional entre los trabajadores de la empresa, salvo en casos particulares.

Sería un éxito total orientar hacia ese proceso empresas que en la actualidad no disponen de planes o criterios para la normalización del uso del euskera, y eso es, precisamente, lo que las instituciones públicas deben impulsar colaborando entre ellas.

Teniendo en cuenta que en esa actividad son la zona sociolingüística, el sector de actividad, el mercado geográfico y el receptor de los productos y servicios los que, por ese orden, determinan el uso, sería conveniente, en la medida de lo posible, proceder por zonas y subsectores para ser más eficaces, para impulsar las sinergias que se dan entre las empresas (empresas que tienen relaciones de cliente y proveedor, que operan en la misma comarca, del mismo sector...) y optimizar resultados.

—Pequeñas y medianas empresas, aumentando el número de las que disponen de un plan de euskera:

Otra línea de trabajo pendiente de ser desarrollada es la de las pequeñas y medianas empresas. Según el INE, son pequeñas empresas aquellas con 49 o menos trabajadores. Según el Índice de Actividades Económicas de 2002 del EUSTAT, el 99,1% de los establecimientos de la CAPV tiene menos de 50 trabajadores; en lo que al número de trabajadores hace referencia, el 64,4% de los puestos de trabajo se concentra en ellos. El volumen, tanto económico como social, es evidente. Por ello, parece necesario hacer un esfuerzo por difundir los planes de euskera entre pequeñas empresas u organismos.

Todo lo señalado para las empresas de más de 100 trabajadores sigue siendo válido, a grandes rasgos, para empresas de tamaño medio o más pequeño, es decir:

- Impulsar el uso del euskera en la comunicación escrita en general (paisaje lingüístico, breves escritos, publicaciones y publicidad, por de pronto), y en la comunicación oral con los clientes (idioma de acogida), de modo que sea útil para todo tipo de empresas, al menos en un principio.
- Impulsar el uso del euskera cuando el número de trabajadores vascohablantes de una empresa supere el umbral mínimo.

Aunque los pequeños organismos han participado en el programa que se ha desarrollado hasta ahora y las asociaciones profesionales son prueba de ello—, la metodología y el método de intervención estaban dirigidos principalmente a empresas de mayor tamaño y mayores recursos, a empresas grandes y euskaldunes que podían ejercer

como fuerza de tracción. El porqué de esa opción ya ha sido expuesto en los anteriores informes de este Consejo.

Por lo tanto, es necesario:

- Dimensionar la metodología seguida hasta ahora de los planes de euskera y adaptarla a la realidad de las empresas más pequeñas, y más aún teniendo en cuenta que dichas empresas disponen de recursos humanos más escasos y que la misma persona puede cumplir más de una tarea;
- respecto a los recursos económicos, y habida cuenta de que tendrán mayores limitaciones que las empresas más grandes, habría que remodelar los servicios de las asesorías y realizar otro tipo de oferta más viable.

Desde el punto de vista de los recursos de las pequeñas empresas y de cara a optimizar los recursos públicos de que disponemos, resultaría interesante utilizar debidamente, sobre todo, los recursos municipales y comarcales, tal y como hemos reseñado anteriormente en el apartado referente a las iniciativas tendentes a aumentar el número de empresas que disponen de un plan de euskera.

Respecto a la masa de empresas grandes, medianas y pequeñas que disponen de un plan de euskera, por su parte, dado que cada vez son más las que van desarrollando un plan de euskera para varios años, aprovechando la estructura interna de la que disponen, se deberán desarrollar propuestas de actividad para mantener los resultados conseguidos y mejorarlos en la medida de lo posible, así como fijar los criterios y los indicadores para su eventual evaluación y seguimiento.

— *Grandes comercios, cadenas de tiendas y franquicias:*

El hábito de compra de los clientes ha cambiado, y se manifiesta particularmente en las grandes superficies. Estos comercios, además, se han convertido en zonas de ocio más que en simples centros comerciales. Eso influye principalmente en la franja de edad de la gente que más horas pasa en esos centros, es decir, los jóvenes, y los niños y sus padres.

Dejando a un lado los pros y los contras que conlleva desde el punto de vista del comercio local, es evidente que puede tener un gran efecto multiplicador ponerse en contacto con los propietarios y encargados de las grandes superficies y los titulares de las cadenas de tiendas o de las franquicias más extendidas en la Comunidad Autónoma Vasca, y acordar con ellos diversas líneas de actuación e iniciativas para aumentar la presencia del euskera y su uso.

De todos modos, a la vista de la experiencia habida hasta el momento, para poder operar con éxito en esa actividad, es conveniente que todas las administraciones (Gobierno Vasco, diputaciones forales, ayuntamientos) actúen de modo coordinado. Así las cosas, se proponen las siguientes pautas de actuación:

- Creación por parte de todas las administraciones de una comisión para decidir cómo impulsar el euskera en los grandes comercios, cadenas de tiendas y franquicias más importantes en la Comunidad Autónoma Vasca, y preparar un plan de promoción.

- Ponerse en contacto con las empresas que gestionan los grandes comercios y los titulares de las franquicias más extendidas en la CAPV para impulsar el uso del euskera en la comunicación escrita y oral.

– *Comercios al por menor y hostelería:*

Desde el punto de vista de la planificación lingüística, el sector del comercio y la hostelería tiene una gran influencia, ya que es un ámbito vinculado a la vecindad cercana, a lo cotidiano y a la vida social en general, y porque tiene un gran volumen tanto en la estructura de la economía vasca, como por el número de establecimientos, como por el número de trabajadores que emplea, tal y como hemos podido ver en un apartado anterior.

Además de las pautas de trabajo propuestas líneas arriba, hay que abordar de modo sistemático y coordinado el caso de los comercios al por menor y los subsectores de hostelería, ya que son los principales indicadores del paisaje lingüístico de nuestros pueblos, y los que prestan los servicios que utilizan todos los ciudadanos en su vida diaria.

Para proponer las medidas de implementación que se pueden tomar en ellos, es preciso tener en cuenta la situación. Recordemos el diagnóstico:

La mayoría de los comercios, restaurantes y bares son establecimientos muy pequeños, de uno o dos trabajadores, y utilizan muy poco el euskera, tanto en la comunicación oral (1,5 puntos en la escala de 0 a 10) como en la escrita (2,2 puntos), ya que en dos de cada tres establecimientos, en el 64%, no hay nadie que sepa euskera.

Aproximadamente la mitad no utiliza nunca el euskera, y tres de cada cuatro muy poco o nada. En el extremo contrario, en cambio, son únicamente el 7% los que lo utilizan siempre o casi siempre. Según los colectivos, el uso es algo mayor en los restaurantes que en los comercios y bares.

En el caso de los comercios, restaurantes y bares, el factor explicativo fundamental (o casi único) del uso del euskera es la zona sociolingüística en la que están ubicados los establecimientos, principalmente, en la comunicación oral. Es decir, los establecimientos en los que se utiliza diariamente el euskera son aquellos que cuentan con las condiciones óptimas para su uso, dado que todos o casi todos sus empleados son vascohablantes, así como la mayoría de sus clientes.

Junto a la zona sociolingüística, también tiene su importancia la pequeña dimensión de comercios, restaurantes y bares, no porque en los más grandes se utilice mucho más, sino porque en la mayoría de los establecimientos de uno o dos trabajadores de las zonas más castellanohablantes, como es lógico, nadie sabe euskera (en el 64% de ellos) y, en consecuencia, el uso que se le da al euskera en la comunicación oral es casi nulo.

Por último, sólo el 3% de los comercios, restaurantes y bares dispone en el establecimiento de alguna medida o norma para promocionar el uso del euskera. En las grandes empresas, en cambio, el porcentaje es del 31%.

Respecto a las medidas tomadas para incrementar el uso del euskera, apenas existen antecedentes en el caso de los comercios, restaurantes y bares. Estos establecimientos son pequeños y viven de cara al cliente. Por ello, no es difícil separar el uso del euskera entre los trabajadores y el uso del mismo respecto a los clientes.

Por todo ello, las pautas de actuación podrían ser las siguientes:

- Impulsar el uso del euskera en la comunicación escrita. Es una tarea que no parece excesivamente difícil, ya que ese uso se limita a la rotulación, al ticket y a las facturas en la mitad de los establecimientos; en la mitad restante, en gran medida, se utiliza asimismo en la publicidad, así como en cartas y menús de los restaurantes y bares. Avanzar a partir de ese punto en los establecimientos de la segunda zona sociolingüística y principalmente de la primera, es muy difícil, ya que los clientes vascohablantes son minoría y en la mayoría de establecimientos no hay nadie que sepa euskera.
- Impulsar el uso oral del euskera en los establecimientos de la tercera zona lingüística (porcentaje de vascohablantes entre el 45 y el 80%), ya que la mayoría de establecimientos de esa zona cumplen las condiciones mínimas necesaria o están cerca de cumplirlas (la mayoría de los trabajadores y clientes son vascohablantes), y disponen aún de un amplio margen para aumentar su uso.

Tal y como se recoge en el primer punto, el que muchos trabajadores no sepan euskera es un obstáculo. Para superar ese obstáculo, una de las opciones sería contratar trabajadores vascohablantes, pero resulta que estos establecimientos realizan pocas contrataciones, y, además, no tienen en cuenta el euskera al realizarlas. Otra opción sería que los trabajadores aprendiesen euskera, pero teniendo en cuenta las características de estos establecimientos (interés respecto al euskera, tamaño o edad media de los trabajadores), no resultaría nada fácil.

Por último, hay que mencionar que los restaurantes tienen mejores condiciones que los comercios y los bares. Para ser más precisos, están ubicados en zonas que son algo más euskaldunes, tienen un porcentaje mayor de vascohablantes, el uso que dan al euskera en la comunicación tanto oral como escrita es mayor, son de mayor tamaño y tienen un interés mayor por el euskera.

Respecto a los restaurantes, que constituyen un núcleo referencial en Euskal Herria, resultaría viable crear un programa específico dirigido a ellos, ya que podría ser la vía para sensibilizar al sector.

Como ya queda dicho, no partimos de cero. Hay un poso de experiencia que debería articularse y optimizarse, tanto en los poderes públicos como entre los agentes del ámbito privado.

También resulta imprescindible la participación del Departamento de Industria, Comercio y Turismo. Tomando como base la Ley 6/2003, teniendo presentes las zonas diferenciadas para el Plan General de Promoción del Uso del Euskera (EBPN) y teniendo en cuenta lo que la experiencia nos ha enseñado, sería necesario poner en marcha entre todos los agentes estrategias más sistemáticas, realistas y eficaces.

—Finanzas y seguros:

Habría que actuar de manera similar en el caso de las finanzas y las aseguradoras.

Siguiendo por la senda de lo anteriormente expuesto, se impone la pluralidad entre las empresas que participan actualmente. Unido a ello, en la medida en que son punto de unión y que prestan servicios, habría que tratar específicamente la línea de trabajo de los colegios profesionales, ya que, entre otras cosas, pueden tener un considerable efecto multiplicador en varias actividades. Dado que las actividades de los colegios profesionales son homogéneas, habría que realizar un intento por poner en marcha una dinámica de trabajo unificada, partiendo de los elementos que tienen en común.

Planes de euskera

Mientras abordamos el tema del aumento de la masa de empresas, de uno u otro tamaño, que disponen de un plan de euskera, no podemos olvidar que éste también ha cambiado junto con su entorno.

Los planes de euskera iniciales, lanzados en territorios euskaldunes y de índice demolingüístico alto, tenían como objetivo impulsar el euskera particularmente como lengua de trabajo; los que se pusieron en marcha en 1996, en cambio, tenían como objetivo aumentar tanto su uso como su presencia, y mejorar la competencia lingüística de los trabajadores.

En el año 2000, la Viceconsejería de Política Lingüística publicó por primera vez una convocatoria de subvención específica para desarrollar planes de euskera en las entidades privadas. Dicha convocatoria de subvención incluía un cuadro que recogía la realidad diaria de la empresa, clasificada en zonas de uso de la lengua. Dichas zonas de uso aparecían ordenadas de fácil a difícil, divididas en dos grandes ejes, en relaciones externas e internas.

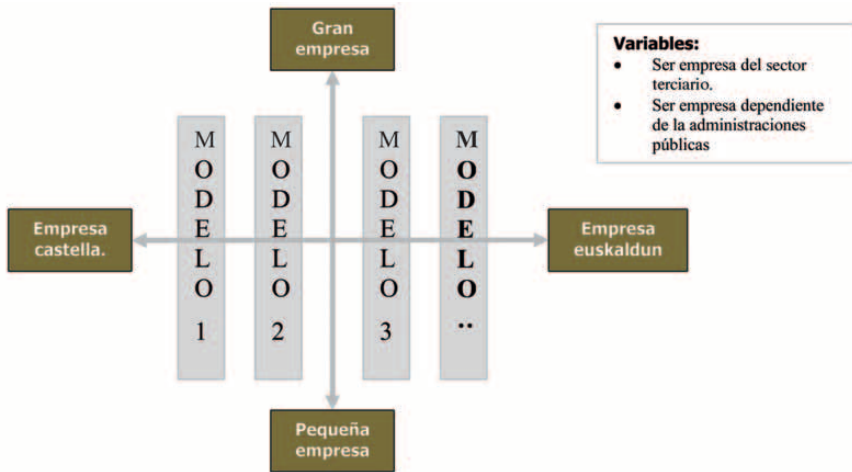
Dichas zonas de uso se consideraban como objetivos lingüísticos en última instancia, y se efectuaron tres combinaciones con ellas, que se plasmaron en tres modelos de plan cerrados (E1, E2 y E3) y en un plan abierto de libre elección de objetivos.

Así las cosas, actualmente existen entre los planes de euskera planes cuyo objetivo es cambiar el hábito lingüístico —como lengua de trabajo, como lengua de servicio, o ambas—, y otros —que muchas veces se logran mediante traducciones— cuyo objetivo es llevar a cabo iniciativas sueltas y puntuales. Todos ellos participan en el programa para la recepción de la subvención, y se consideran como plan de euskera, aunque como ya se ha visto antes, son muy diferentes entre sí, de propósito y de hecho.

En nuestra opinión, una vez establecidos unos mínimos, los planes de euskera pueden ser muy variados; el plan de euskera de una organización debe fijarse teniendo en cuenta el punto de partida de la empresa: objetivos (rotulación externa e interna, idioma de acogida para el exterior; relación escrita con la administración, breves textos de gran difusión dentro del organismo, etc.); recursos (responsable de euskera en el caso de pequeñas empresas, o comisión de euskera en el caso de las grandes empresas, por ejemplo). Las iniciativas deberían medirse y ser apoyadas en virtud de la viabilidad y eficacia del plan en cada caso.

Habría que revisar las propuestas para lograr la homologabilidad y la comparabilidad entre los planes de euskera, partiendo de unos objetivos mínimos, para valorar la necesidad de los modelos de plan en cada lugar y en cada sector, para desarrollar el Plan General de Promoción del Uso del Euskera (EBPN) de igual modo que se han diferenciado grupos de municipios según el índice demolingüístico y el número de habitantes, actuando de igual manera en este caso.

GRÁFICO 21



Aumentar la oferta de servicios y recursos

Para promocionar el uso del euskera en el ámbito socioeconómico, será preciso, entre otras cosas, aumentar el número de empresas que emplean más o menos el euskera en el trabajo, tendiendo a crear así una masa crítica. Ya hemos tratado este tema en puntos anteriores.

Para ampliar este grupo, es preciso dar facilidades a los que quieran intervenir en el programa. Y tan importante y necesario como eso es que el grupo de los que disponen de un plan se establezca y se compacte.

Para esta tarea de atraer nuevas empresas y estabilizar las existentes resultará de ayuda realizar una adecuada y coordinada oferta de servicios y recursos, orientada por las administraciones públicas, principalmente, que también ayudará a incidir en la calidad del plan y a reducir costes. Para ello se propone:

– *Ampliar las líneas de trabajo, en lo que a recursos se refiere, o continuar con ellas y ponerlas a disposición de los usuarios:*

- *Continuar ofreciendo instrumentos o herramientas informáticas para trabajar en euskera:*
 - Banco Público Terminológico.

- Diccionarios específicos: gestión de la calidad, hostelería, control numérico, etc.
 - Software libre y de pago: sistemas operativos, conjunto de programas de ofimática, navegadores...
 - Correctores gramaticales, antivirus, etc.
 - Software específico para la empresa: SAP, Prisma, Contawin, etc.
- *Creación de un compendio de documentos regulados del mundo laboral:*
 - Documentos sujetos a la Ley 6/2003 de Consumidores y Usuarios y al reglamento que la desarrollará.
 - Referentes a la Seguridad Social (altas, bajas, programa Delta...).
 - Referentes a los programas de contabilidad.
 - Referentes a los planes de seguridad laboral.
 - Contratos de trabajo.
 - Referentes a la administración local (permisos, impuestos municipales, etc.).
 - Referentes a la administración foral y la administración general.
 - Etc.
- *Modelos de documentos habituales y de gran difusión:*
 - Nóminas.
 - Partes de trabajo.
 - Cartas.
 - Notificaciones.
 - Convocatorias de reuniones y actas.
 - Rótulos (tanto internos como externos). Nombres de lugares y departamentos.
 - Ofertas de trabajo.
 - Etc. Ver, a modo de ejemplo, lo realizado en otros países, por ejemplo en Cataluña o Québec (Le Français au Bureau).
- *Instrucciones básicas para escribir en euskera:*
 - Datos, direcciones, medidas, etc. Textos en varios idiomas, textos plurilingües, recomendaciones para escribir.
- *Herramientas específicas relacionadas con los planes de euskera:*
 - Herramientas para el diagnóstico, en el caso del nivel de uso del organismo.
 - Aplicaciones para la evaluación de desarrollo.
 - Aplicación para la declaración del uso.
- *Catálogo unificado de servicios y recursos:* las empresas y los establecimientos deberían disponer de un catálogo unificado de materiales que pueden ser apropiados para ellos, reunidos en una sola ventanilla. Ese catálogo, además de los instrumentos para trabajar en euskera, los modelos, las herramientas, los cursillos, la formación laboral, etc., reuniría las ayudas que ofrecen el Gobierno Vasco, las diputaciones forales y los ayuntamientos para promocionar las empresas y el comercio. También debería abrirse la posibilidad de que la responsabilidad de ese catálogo corresponda asimismo a los servicios de promoción del empleo (Behar-gintza, GATCs...).

- *Ofertas específicas*: poner a disposición ofertas específicas a subsectores del comercio (hostelería, agencias inmobiliarias, pescaderías, carnicerías...), tanto en lo que a materiales como a recursos se refiere.
 - *Servicio para la realización de corrección de textos, revisiones (traducciones breves como máximo)*.
 - *Asesoría en general*: nociones básicas sobre planificación, estrategias y herramientas para la elaboración de páginas web multilingües, etc.
- *Se propone ahondar en las siguientes pautas de trabajo para la formación de los trabajadores.*
- *Cursos de euskera*:
 - Módulos breves específicos de mundo laboral: oficinas, finanzas, gestión de la calidad, etc.
 - Nuevas técnicas: profesores naturales (formados en el propio entorno).
 - Productos atractivos: aquéllos que con poco trabajo dan un resultado óptimo: *enpresako 100 esaldiak* (Las 100 frases de la empresa), etc.
 - *Formación laboral continua*:
 - Identificación de los temas que pueden tener una mayor demanda.
 - Poner en contacto a centros de formación profesional y empresas circundantes que posean un plan.
 - *Mejora de los planes de euskera. Foros de intercambio*:
 - Modelos de plan (objetivos y fases).
 - Metodología para pequeñas empresas.
 - Otros: nuevos modos de monitorización, revisión de las funciones de los agentes del plan, etc.
- *Verificación y declaración del nivel de uso*:

Fijar y difundir los criterios para evaluar, verificar y, si así procede, declarar los planes de euskera de las instituciones privadas, de modo que sean coincidentes con los sistemas de calidad vigentes en las organizaciones privadas.

Del mismo modo, impulsar la acreditación del nivel de euskera de los trabajadores que operan en los planes de euskera, empleando para ello las vías que el organismo HABE ofrece.

Por último, es preciso garantizar la coordinación entre los agentes, particularmente entre las administraciones públicas, para articular debidamente la oferta de esos servicios y herramientas, no duplicar el trabajo y gestionar apropiadamente los costes.

Informar a la sociedad en general y a los agentes del ámbito socioeconómico en particular, sobre el proceso de normalización lingüística, haciéndoles ver que son parte del proceso

No se puede negar que la sociedad vasca está recuperando el euskera, y prueba de ello son, entre otras cosas, los resultados recogidos en la III Encuesta Sociolingüística de Euskal Herria, que nos muestran la evolución sociolingüística de estos diez últimos años. Como consecuencia de ello, se puede prever que habrá cada vez más bilingües entre los agentes (trabajadores, clientes, directivos, técnicos, representantes sindicales...) que se desenvolverán en los próximos años en todo tipo de empresas y organizaciones, y que aumentarán las posibilidades de utilizar el euskera.

Junto a ello, a diferencia de hace 50 años, las empresas y las organizaciones, además de disponer de centros de producción rentables, tienen otros objetivos y retos, relacionados con la cultura de la calidad y la excelencia, tales como actuar de cara al cliente, el desarrollo e implicación de personas, dar respuesta a las demandas del entorno en el que está ubicada la empresa, etc.

Así las cosas, si se toma al euskera como patrimonio social, se pueden proponer, de una manera u otra, dos líneas de acción en el ámbito socioeconómico para informar y sensibilizar a los principales agentes socioeconómicos de la presencia actual del euskera y de la que debería tener en un futuro, y para que los agentes públicos competentes lo desarrollen:

- Desarrollar argumentos y razonamientos para que los agentes socioeconómicos (empresas y organizaciones) aborden el proceso de normalización lingüística e informar al respecto de modo sistemático a los principales agentes socioeconómicos, tales como la patronal, los sindicatos, las cámaras de comercio, etc. Habría que invertir en el euskera y mostrar que utilizar el euskera puede ser algo rentable.
- Partiendo del punto de vista cultural de la empresa, en aras a la actividad tanto interna como externa de esos agentes, desarrollar y difundir un «decálogo de buenas prácticas» para incorporar el euskera a las empresas y organizaciones, siempre según la situación de partida, para que llegue a ser lengua de servicio y lengua de trabajo.

Al mismo tiempo, buscando la promoción de la demanda social, habría que poner en marcha actividades para aumentar la motivación y sensibilización de los clientes:

- Campañas generales de sensibilización.
- Difusión continua de información entre los ciudadanos.
- Desarrollo de la perspectiva del cliente: conocer la actitud de los clientes y su valoración respecto a las iniciativas, para, seguidamente, corregir y mejorar los programas.

Aumentar la implicación de los agentes socioeconómicos

Conforme se realicen tareas de información y sensibilización, habría que abordar la vía de la concertación con los principales agentes socioeconómicos, tales como, entre otros,

cámaras de comercio, asociaciones empresariales, colegios y sindicatos, y suscribir acuerdos de colaboración entre esos organismos públicos y privados.

El objetivo de los acuerdos de colaboración puede ser:

- por un lado, incorporar el euskera en los servicios que ofrecen a sus socios (boletines, cursos de preparación, jornadas,...), en aras a aumentar la calidad de dichos servicios;
- por otro, ofrecer a cada uno de sus socios servicios y materiales que le puedan resultar útiles para reforzar el uso del euskera en su actividad diaria, y,
- en tercer lugar, que cada organismo elabore su propio plan de euskera (siempre teniendo en cuenta la situación de partida).

Así mismo, teniendo en cuenta la importancia que tienen las relaciones laborales en el ámbito socioeconómico, deberíamos conocer la opinión de los organismos encargados de las relaciones laborales en la tarea de lograr la normalización lingüística en las actividades de dicho ámbito y coordinar las actividades con ellos.

Entre los organismos del ámbito de las relaciones laborales, el Consejo de Relaciones Laborales, además de ser un órgano para lograr la conexión y la comunicación continua entre los sindicatos y las confederaciones empresariales, es también un organismo que asesora al Gobierno Vasco en el ámbito laboral y social. Sería conveniente dirigirse a él directamente y pedirle su opinión, en lo que a la normalización lingüística se refiere.

Teniendo en cuenta la eficacia, sería beneficioso trabajar por sectores o por ámbitos de actividad.

Por otra parte, a sabiendas de que muchos de esos agentes carecen de infraestructura humana, las instituciones públicas, al amparo de los acuerdos de colaboración, podrían poner a disposición de las instituciones públicas diversos materiales y servicios diferenciados, teniendo en cuenta el ámbito de actividad de cada uno: recursos para aprender euskera, diccionarios temáticos, materiales para la sensibilización... (ver la oferta de servicios y recursos, y la participación coordinada de las administraciones públicas).

Hay que considerar, principalmente en el caso de los subsectores que tienen relación con el consumidor final, que, además de que el número de empresas es alto, la mayoría de ellas son de pocos trabajadores, y eso conlleva, por un lado, la imposibilidad de que las instituciones públicas realicen el trabajo de promoción del uso individualmente, y, por otro, que las empresas dispongan de escasos recursos para normalizar el uso del euskera.

Por lo tanto, principalmente en el caso del comercio y la hostelería, es imprescindible desarrollar el trabajo de promoción del uso de un modo más coordinado que el desarrollado hasta ahora, y actuar desde el nexo natural común de esas empresas.

Participación coordinada de las administraciones públicas

A la vista de la trayectoria de estos últimos años, si queremos que el euskera tenga un desarrollo y una presencia más consolidada en el ámbito socioeconómico, es preciso aumentar la implicación de los poderes públicos que tienen relación directa con ese ámbito, para que se conviertan en partícipes de esa política lingüística, tal y como señala el Plan General de Promoción del Uso del Euskera.

Todo ello conlleva necesariamente una concertación sobre los programas que se deben desarrollar, para asignar los recursos humanos y económicos necesarios, para adiestrar técnicos, para ofertar el euskera en el campo de la formación continua, etc.

En última instancia, obedeciendo a la transversalidad del euskera, hay que avanzar progresivamente por el camino que incorpora e integra en su escenario natural el esfuerzo por promocionar el uso del euskera en el ámbito socioeconómico. Por ejemplo, y aunque sólo valga como botón de muestra, hay que tener en cuenta el euskera en los programas PERCO que se llevan a cabo en las localidades, a la hora de establecer diagnósticos, conclusiones y propuestas. Así mismo, cuando las administraciones públicas realizan contrataciones, deben establecer y hacer cumplir los criterios lingüísticos.

Por otro lado, los órganos competentes en el ámbito de la política lingüística (Gobierno Vasco, diputaciones forales, ayuntamientos) deberán coordinar su actividad, sobre todo para aclarar qué poderes públicos deben promocionar o financiar qué tipo de programa y a qué nivel.

Aunque sea una formulación muy general, como punto de partida puede afirmarse que:

- Al Gobierno Vasco le corresponde principalmente promocionar proyectos de la Comunidad Autónoma Vasca (o de todo el ámbito territorial del euskera).
- A las diputaciones forales les corresponde principalmente promocionar programas a escala provincial o comarcal.
- A los Ayuntamientos les corresponden principalmente los de escala municipal.

Partiendo desde ese punto, habría que fijar las prioridades de unos y otros poderes públicos, lo cual no significa que las diputaciones forales no puedan promocionar proyectos para toda la Comunidad Autónoma Vasca, ni que el Gobierno Vasco o las diputaciones forales no puedan promocionar programas a escala municipal, pero sí que es preciso concertar quién tiene que intervenir en qué medida, tanto para aumentar los recursos, como para obtener mejor provecho de ellos, como para que no se den carencias o duplicidades evidentes.

Desarrollo legislativo

Desde el 31 de diciembre de 2003 está en vigor la Ley 6/2003, de 22 de diciembre, del Estatuto de los Consumidores y los Usuarios. En su Capítulo VII, establece los derechos lingüísticos, y fija unas determinadas obligaciones al respecto para los

organismos públicos y organismos subvencionados, y para los sectores de interés general. En consecuencia, conforme a la Ley Básica 10/1982 de 24 de noviembre que regula el Uso del Euskera, además de reconocer el derecho a utilizar cualquiera de las dos lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma Vasca, refleja también el propósito de promocionar el uso del euskera, conforme al propio principio de progresividad.

En consecuencia, dicha ley establece el marco que ahora habrá que desarrollar mediante los reglamentos, progresivamente, para actuar en beneficio de los derechos lingüísticos de los consumidores y los usuarios, y para protegerlos.

Por lo tanto, al Gobierno Vasco se le exige fijar y cumplir los aspectos que deben desarrollarse mediante reglamento como desarrollo de la Ley. Así mismo, es de prever que se determinarán estos aspectos mínimos que deben cumplir estos organismos sujetos a la ley mediante reglamento y los recursos que ayudarán a cumplir dichos aspectos.

Dada la influencia que tiene en el ámbito socioeconómico, hay que tener muy presente que las administraciones públicas pueden prestar sus servicios a través de la gestión indirecta, y que a pesar de que el servicio lo explote una empresa particular, es la administración la que determina la manera de prestar el servicio. Por lo tanto, teniendo en cuenta que, por un lado, el titular del servicio es la administración y, por otro, la dimensión de los servicios de ese tipo, resulta totalmente indispensable que todas las administraciones establezcan y aprueben definitivamente los criterios lingüísticos para garantizar los derechos lingüísticos de los ciudadanos y las obligaciones lingüísticas para con ellos en la gestión indirecta de los servicios públicos.

Por lo tanto, de igual modo que es preciso determinar unas obligaciones básicas concretas para poder proteger y garantizar los derechos lingüísticos de los usuarios y los consumidores y poner a disposición los recursos para ello, es a su vez necesario poner en marcha un programa coordinado para asegurar que esas obligaciones legales, por lo menos, se cumplirán de verdad, y no sólo con las partes sujetas a la ley, sino también con las demás.

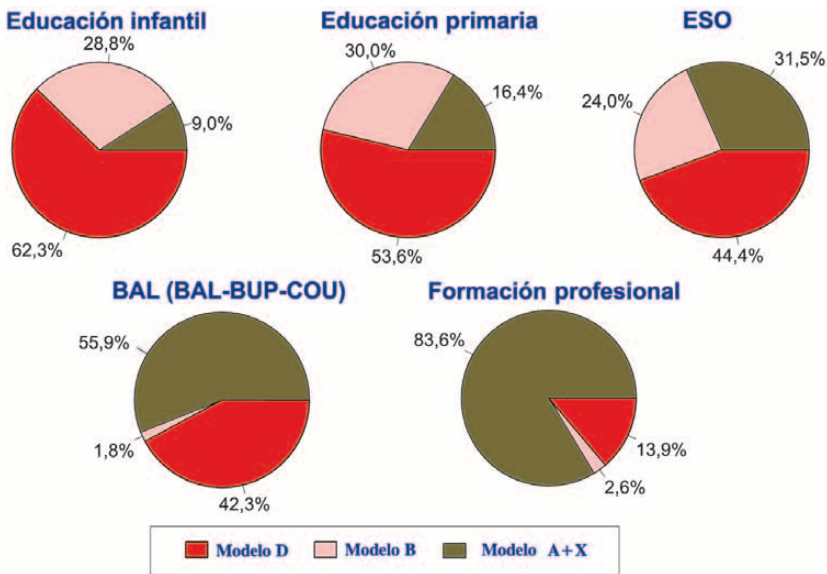
Formación profesional

En el curso 2003/2004, el 48,2% de los alumnos que cursó enseñanza obligatoria eligió el modelo D, el 22,5% el modelo B y el 29,3% restante el modelo A.

Según la red, aunque el modelo D sea mayoritario en la pública y en la privada, hay grandes diferencia entre ellas. Así, en la red pública, el modelo D incluye al 62,1% de los alumnos y el modelo A al 23,6%. En la privada, en cambio, el número de alumnos de los modelos D y A es parejo (35,5% y 34,5%, respectivamente).

El modelo D es mayoritario en la educación infantil (62,3%) y en la enseñanza secundaria obligatoria (44,4%). En cambio, en el bachillerato y, principalmente, en la formación profesional, el modelo mayoritario es el A (55,9% y 83,6%, respectivamente).

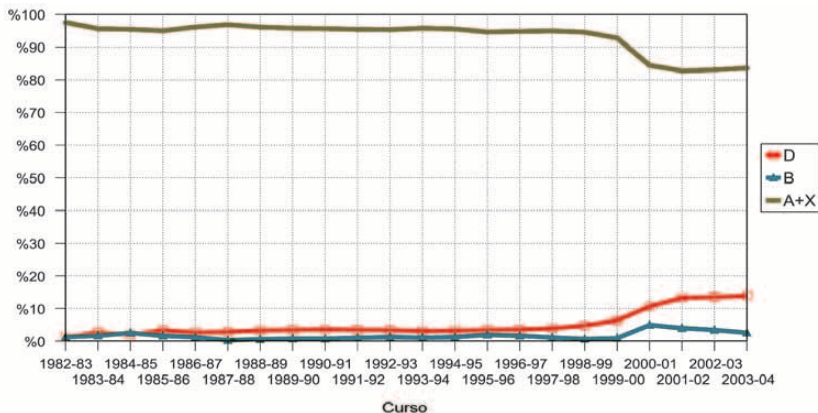
Modelos lingüísticos según el nivel educativo (%). CAV, 2003-2004



Fuente: Departamento de Educación, Universidades e Investigación. Gobierno Vasco.

Respecto a la evolución de la formación profesional, la situación ha cambiado muy poco desde el curso 1982/83 hasta hoy en día. El modelo A ha sido totalmente mayoritario (más del 80% en todos los cursos), y en el modelo B, en cambio, han cursado muy pocos alumnos (menos del 5% en todos los cursos, y en la mayoría menos del 2%). Por último, en lo que al modelo D hace referencia, hasta el curso 2000/01 lo han cursado pocos alumnos (alrededor del 5% o menos). Desde el curso 2001/02 hasta hoy, el porcentaje de alumnos matriculados en el modelo D ha aumentado claramente (13,9% en el curso 2003/04).

Evolución de los modelos lingüísticos (%). Formación profesional

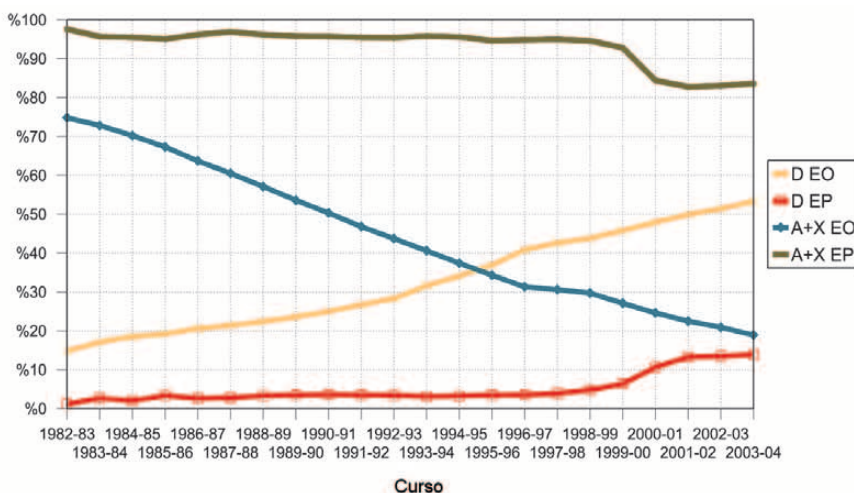


La evolución de los modelos lingüísticos en la formación profesional y en el resto de los niveles de enseñanza es muy diferente. En líneas generales, el modelo D ha subido casi sin interrupción de curso en curso, hasta convertirlo en el modelo más elegido por los alumnos.

En la formación profesional, sin embargo, tal y como acabamos de ver, el modelo D sólo ha aumentado considerablemente desde hace cuatro o cinco años a esta parte. Esa diferencia de comportamiento está muy directamente unida a la oferta. En la educación infantil, la educación primaria o en la ESO hay posibilidad de elegir cualquiera de los tres modelos, cosa que no ocurre en la Formación Profesional. Hasta ahora, y también a día de hoy, la oferta para poder estudiar en euskera ha sido muy escasa.

GRÁFICO 24

Evolución de los modelos A y D (%). Enseñanza obligatoria y formación profesional



En consecuencia, el aumento de la presencia del euskera es una iniciativa de gran importancia, en la medida en que es una de las principales fuentes de las que se alimenta el ámbito socioeconómico. Así las cosas, una reflexión para hacer frente a las carencias y una propuesta de trabajo es lo que se le pide al Departamento de Educación, Universidades e Investigación.

Formación continua

Si observamos cuál es la presencia y el uso del euskera en la CAPV en lo que a la formación laboral se refiere (enseñanza del euskera y formación impartida en euskera), se aprecia que la mayoría de los soportes informativos, al menos por lo general, sobre formación laboral están en castellano y en euskera, pero no se especifica en qué idioma se ofrece el módulo, y así mismo, apenas hay oferta para estudiar en euskera. Por lo tanto, son escasas las iniciativas para impulsar la presencia del euskera en la formación laboral.

Así, habida cuenta que la mayoría de los organismos que se encargan de la formación laboral son públicos, parece viable hacer un esfuerzo por incorporar el criterio lingüístico. Ello conllevaría que, al menos, todos los soportes informativos sobre la formación laboral fueran bilingües, para que las relaciones vía Internet entre los organismos y los usuarios, así como las demás, se realicen también en euskera.

Igualmente, es imprescindible hacer referencia al euskera al dar cuenta de la oferta/demanda sobre la formación laboral, especificando, entre otras cosas, el modelo educativo del centro, las asignaturas que se ofrecerán/impartirán en euskera, introduciendo la opción de especificar el nivel de euskera en el currículum para los solicitantes de empleo y en las ofertas de empleo para la empresa.

Así mismo, habría que recoger la variable del idioma en todos los estudios e investigaciones que se realizan sobre la formación laboral, para conocer así las características lingüísticas de las personas participantes en los programas de formación y el número de empresas y trabajadores que puede estar dispuestos a recibir la formación en euskera, por lo menos.

Se debería promocionar la formación en euskera en las convocatorias de subvención para las iniciativas privadas del campo de la formación laboral, haciendo referencia explícita a la formación en euskera y valorándola debidamente. Otra de las medidas podría consistir en examinar las necesidades formativas de las empresas que actualmente disponen de planes de euskera, y poner en marcha medidas junto con los centros formativos para satisfacer esas demandas.

Por otra parte, habría que garantizar la oferta en euskera en los diferentes módulos formativos organizados por las instituciones públicas, recogiendo esa condición en los planes de euskera de esas instituciones o del correspondiente Departamento y estableciendo criterios lingüísticos en la contratación de las empresas/centros que impartirán esa formación.

Por último, sería conveniente que las instituciones públicas difundieran información sobre la formación que puede impartirse en euskera y la enseñanza en euskera, citando temas y centros de enseñanza, niveles de euskera y euskaltegis.

Anexo

Objetivos según los modelos de plan E1, E2 y E3

A. RELACIÓN EXTERNA		E1	E2	E3	E _x
		En euskera	En euskera	En euskera	En euskera
1. Paisaje lingüístico	1.1. Rotulación externa. 1.2. Tarjetas personales, hojas de factura, hojas de fax, encabezados. 1.3. Etiquetas de los productos.	• •	◊ ◊	◊ ◊ •	
2. Publicidad y publicaciones	2.1. Anuncios/eslóganes; textos publicitarios y publicaciones.	•	◊	◊	
3. Idioma de acogida con todo el mundo	3.1. Teléfono, mensajes automáticos; ventanilla y similares.	•	◊	◊	
4. Con los clientes	4.1. Formularios y textos breves. 4.2. Relación oral. 4.3. Escritos largos, informes.	•	◊ •	◊ ◊ •	
5. Con la Administración	5.1. Formularios y textos breves. 5.2. Relación oral. 5.3. Escritos largos, informes.	Δ Δ	Δ • Δ	Δ ◊ Δ	Δ Δ
6. Con los bancos	6.1. Formularios y textos breves. 6.2. Relación oral. 6.3. Escritos largos, informes.		• •	◊ ◊ •	
7. Con los proveedores	7.1. Formularios y textos breves. 7.2. Relación oral. 7.3. Escritos largos, informes.		•	◊ • •	

Significado de los símbolos:

- : Aparece por primera vez el objetivo que se debe cumplir, es nuevo respecto a los modelos anteriores.
- ◊: El objetivo que se debe cumplir no es nuevo, ya que también aparece en los modelos anteriores.
- Δ: Objetivo mínimo para todos los modelos respecto a las habituales relaciones escritas.

B.- RELACIÓN INTERNA		E1	E2	E3	E _x
		En euskera	En euskera	En euskera	En euskera
8. Paisaje lingüístico	8.1. Rotulación interna (direcciones, de la oficina, de los instrumentos).		•	◊	
9. Formularios, textos breves y sus aplicaciones informáticas	9.1. Hojas informativas para los trabajadores, publicaciones, circulares. 9.2. Nóminas, presupuestos, hojas de control. 9.3. Aplicaciones informáticas para gestionar dichos documentos.		• • •	◊ ◊ ◊	
10. Informes, proyectos y aplicaciones informáticas para gestionarlos	10.1. Gestión de los trabajadores y de los servicios: contratos de trabajo, monografías y convenios laborales. 10.2. Producción y funcionamiento: procesos de fabricación, mantenimiento, fichas técnicas, stocks y proyectos. 10.3. Planificación estratégica y documentos relacionados con el proceso de calidad. 10.4. Recursos informáticos para gestionar dichos aspectos.			• • • •	
11. Práctica de las reuniones de trabajo	11.1. Práctica oral. 11.2. Práctica escrita: actas y resto de la documentación.			• •	

Significado de los símbolos:

- : Aparece por primera vez el objetivo que se debe cumplir, es nuevo respecto a los modelos anteriores.
- ◊: El objetivo que se debe cumplir no es nuevo, ya que también aparece en los modelos anteriores.
- Δ: Objetivo mínimo para todos los modelos respecto a las habituales relaciones escritas.